



**institut d'economia i empresa  
Ignasi Villalonga**

**LES ESTRATÈGIES DE TURISME SOSTENIBLE DE TOUR OPERADORS  
ALEMANYS I BRITÀNICS A LES ILLES BALEARS**

**Llorenç Munar Miralles**

Beques Convocatòria 2005

Papers EURAM  
**Institut d'economia i empresa Ignasi Villalonga**

La investigació pretén presentar evidència sobre les diferents estratègies de turisme sostenible implementades pels tour operators a les Illes Balears. Concretament, aquest estudi és una comparació entre turistes britànics i alemanys quan a la diferent conscienciació medi ambiental i com aquest fet, afecte a les estratègies de tour operators. L'adaptació al medi ambient és un element cada cop més important en la societat moderna, provocat per la competició econòmica i de valors ètics relacionats amb aquest tòpic. Per tant, els objectius de l'estudi es poden resumir en tres punts:

**1.- Determinar les diferències entre els tour operators alemanys i britànics en termes d'estratègies de turisme sostenible implementades a les Illes Balears.**

**2.- Examinar la diferent conscienciació medi ambiental dels turistes alemanys i britànics.**

**3.- Analitzar com aquesta diferent conscienciació medi ambiental de turistes alemanys i britànics afecte a les estratègies de turisme sostenible implementades pels tour operators alemanys i britànics en les Illes Balears.**

En primer lloc hi haurà una breu introducció que remarca la importància del sector turístic no només a nivell de les Illes Balears, sinó també a nivell mundial. Ja que a pesar de la crítica situació viscuda pel sector turístic durant els darrers anys: l'atemptat de les torres bessones, epidèmies asiàtiques, la guerra d'Iraq o el tsunami; els principals organismes internacionals encara el presenten com un dels sectors més sòlids i amb major expectatives de creixement. La *World Travel and Tourism Council* (WTTC) ha destacat que en el 2003, el sector turístic va representar el 10,4% del PNB i el 8,1% de

l'ocupació laboral mundial, ambdós percentatges considerant activitats indirectament generades pel sector. L'evolució del sector ha estat espectacular durant la segona meitat del segle XX. D'acord amb la WTTC el nombre de persones que viatjaren durant l'any 1950 fou 25 milions, mentre que el 1999 fou 663 milions de persones. A més, durant el mateix període els ingressos generats pel sector passaren de 2.000\$ milions a 454.919\$ milions (CRE, 2003). A més, aquest apartat desdibuixa les motivacions de l'autor i en definitiva, el punt de partida d'aquest estudi.

D'altra banda, la literatura s'ha dividit en quatre apartats. La primera part examina el boom turístic experimentat a les Illes Balears durant els seixanta i també la importància social, econòmica i ecològica del sector a les illes. Sembla necessari així doncs, analitzar l'evolució històrica del turisme a les Illes Balears amb el propòsit d'establir un marc teòric adequat. És important ressaltar la importància de Balears com a destí turístic, ja que Espanya és un dels destins turístics més importants del món i Balears és la tercera comunitat del país quan a arribades de turistes, aglutinant el 18,3% d'arribades de turistes del país (Informe Econòmic i Social, 2003).

Les següents dues seccions, exploren les principals teories sobre turisme, tour operadors i desenvolupament sostenible. Sembla ser, que la feroç competència entre els major tour operadors ha provocat guerres de preus en el sector, propiciant una major integració horitzontal de les empreses que operen en el sector. El fordisme com a sistema de producció, és a dir, l'estandardització del producte i processos per tal d'aprofitar les economies d'escala del sector, ha provocat problemes de sostenibilitat. L'exemple més clar en trobam en el turisme de sol i de platja, on és produeixen massificacions de turistes en les zones costeres de les regions càlides i amb platges.

Això ha provocat, el fenomen conegut com a Balearització: consum del territori, massificació de turistes, generació de residus incontrolats durant les èpoques de temporada alta, sobredimensió d'infraestructures, contaminació acústica, etc.

Els tour operadors operen dins un context marcat per la concentració horitzontal, i això, els proporciona poder de compra i influència sobre els seus proveïdors. Budeanu (2005) cita '*hi ha una gran oportunitat i responsabilitat en les espatlles de tour operadors per influenciar el comportament de milions de turistes*'. Per tant, tenint aquest gran 'jugador' vetllant pel turisme sostenible, es podria assegurar una ràpida difusió del missatge de sostenibilitat a través de la seva extensa xarxa de distribució de milions de persones, cada any. Els TT.OO. aparentment controlen el flux d'informació entre oferta i demanda, i per això, alguns autors presenten els TT.OO. com una força important alhora d'influenciar les preferències dels consumidors finals. Ara bé, en les regles de joc del capitalisme, el benefici és el que prima, i per tant, si és més barat pagar les multes ecològiques que no passar pel filtre de la legislació medi ambiental amb les despeses que aquestes comporten; els tour operadors no internalitzaran en la seva estructura de costos, el reciclatge dels residus generats per la seva activitat.

D'acord amb la *World Tourism Organisation* (WTO) i també Mowforth i Munt (1998), hi ha tres dimensions bàsiques a l'hora d'analitzar el concepte de turisme sostenible. Primerament, la *sostenibilitat ecològica* assegura i manté els recursos ecològics imprescindibles. En segon terme, la *sostenibilitat social i cultural* permet que la gent aconsegueixi el control sobre les seves vides. Finalment, la *sostenibilitat econòmica* garanteix que el desenvolupament és econòmicament eficient i que els recursos són gestionats de manera que puguin proveir generacions futures.

Finalment, la darrera secció ocupa l'anàlisi dels perfils turístics britànics i alemanys des de diferents punts de vista per tal de reflectir les implicacions d'aquests sobre les actuacions de tour operadors. Per tant, el punt de partida el trobam en la taula de l'Estudi de la Despesa Turística (2003), elaborada per la Conselleria d'Economia i Hisenda; Tresor; Innovació i Turisme. En aquesta enquesta es poden subratllar sis elements que estan directa i/o indirectament relacionats amb medi ambient: paisatges, platges, qualitat del medi ambient, qualitat de l'àrea urbana, neteja de les àrees públiques i renous. En totes elles el britànic dona major puntuació que no pas el turista alemany. La diferència més marcada es presenta en l'element *la qualitat del medi ambient*, la qual cosa podria denotar a priori que el turista alemany és més exigent en termes medi ambientals. La percepció dels dos grups és diferent, la qual cosa podria venir donada per una diferent consciència medi ambiental

La metodologia, conté una breu discussió sobre la filosofia del disseny de la recerca, discussió que ocupa sobre els mètodes inductius i deductius adoptats i la seva corresponent justificació. Addicionalment, s'explica el mètode emprat en el recull de les dades qualitatives (entrevistes) que marcaran en tot moment la recerca i com les dades quantitatives (qüestionaris) són usades per tal de complementar l'estudi. Les dades qualitatives seran recollides a través d'entrevistes semiestructurades que es realitzaran a diferents managers dels principals tour operadors alemanys i britànics actius a les Illes Balears. Les entrevistes semiestructurades són usades per a dur a terme entrevistes *face to face*. Aquest tipus d'entrevistes s'usen sobretot a estudis *explicatius*, però també en estudis *exploratoris*. Entrevistes semiestructurades miren de trobar què és el que està passant però també s'usen per aclarir la relació entre variables. Aquest estudi mira d'esbrinar quin tipus d'estratègies de turisme sostenible són implementades i per què. A

més, les entrevistes semiestructurades permet 'provar' les respostes, és a dir, proporciona l'oportunitat d'aprofundir en els punts que l'entrevistador creu necessari incidir degut a què les preguntes no són tancades. Per tant, com que els temes a tractar es plantegen a l'entrevistat en forma de preguntes guiades però obertes, pot succeir en un moment donat es tractin àrees que no havien estat prèviament considerades, però que podrien ser significatives per a l'enteniment dels punts claus (Saunders i altres, 2003).

En la darrera part de la secció, hi ha una descripció detallada dels procediments de selecció de mostres, procediments de gravacions d'entrevistes i també una explicació dels temes ètics referents a la recerca.

Un meticulós anàlisi de les entrevistes dutes a terme, informes anuals i qüestionaris és desenvolupat en el capítol de l'anàlisi de dades. Finalment, les conclusions revelen els estaments que podem fer sobre els objectius marcats per aquest paper, així com les seves limitacions.

## BIBLIOGRAFIA

Saunders et al. (2003). Research Methods for Business Students. 3rd ed. Harlow: Prentice Hall (Financial Times).

Swarbrooke, J. (1999). Sustainable Tourism Management. Wallingford: CABI Publishing.

Llull-Gilet, A. (2003). Contabilidad Medioambiental y Desarrollo Sostenible en el Sector Turístico. Tesina Doctoral. Universitat de les Illes Balears (UIB).

Mowforth, M. and Munt, I. (1998). Tourism and Sustainability: new tourism in the Third World. London: Routledge.

Aronsson, L. (2000). The Development of Sustainable Tourism. London: Continuum.

Bramwell, B. (2004). Coastal Mass Tourism: Diversification and Sustainable Development in Southern Europe. Clevedon: Channel View Publications.

WTO. (1993). Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners. (Tourism and the Environment Publication).

CRE. (2003). Informe Econòmic i Social de les Illes Balears. Sa Nostra –Caixa de Balears-

CRE. (2005). Tendència. Sa Nostra –Caixa de Balears-

Carey et al. (1997). Tour Operators and Destination Sustainability. *Tourism Management*. Vol. 18 No. 7, pp. 425-431.

Budeanu, A. (2005). Impacts and responsibilities for sustainable tourism: a tour operator's perspective. *Journal of Cleaner Production*. No. 13, pp. 89–97.

Medina-Muñoz et al. (2001). Understanding European tour operators' control on accommodation companies: an empirical evidence. *Tourism Management*. No. 24, pp. 135–147.

Aguiló et al. (2005). The persistence of the sun and sand tourism model. *Tourism Management*. No. 26, pp. 219–231.

Tepelus, C-M. (2005). Aiming for sustainability in the tour operating business. *Journal of Cleaner Production*. No. 13, pp. 99–107.

Butler, R.W. (1980). The Concept of a Tourist-area Cycle of Evolution and Implications for Management. *The Canadian Geographer*. No. 24, pp. 5-12.

Morden, T. (2004). Principles of Management. 2nd ed. Aldershot: Ashgate Publishing Limited.