

CINQUENA PART

# REPTES DE FUTUR

**EL DESENVOLUPAMENT** del turisme a les Balears no és fruit d'una generació espontània ni tampoc d'un resultat fortuït, sinó una mostra de la capacitat d'iniciativa, innovació, adaptació i aprofitament del territori, de la població, de la història i de la cultura enfront de les oportunitats que han aparegut a l'ombra de la irrupció massiva del viatger modern. La posició geogràfica, les característiques geomorfològiques –amb l'avantatge del clima–, l'extensió i atracció del litoral, la bellesa i diversitat de paisatges, combinades amb la gran capacitat per atreure immigracions i enfortides per un dinamisme i una tradició empresarial –que té com a exponent la petita i mitjana empresa–, han facilitat la creació d'una atmosfera turística, d'oferta de productes i serveis orientats a satisfer les necessitats dels viatgers i alhora un ampli mercat de subcontractació i elaboració d'*inputs* intermedis, que s'ha vist recolzat per la provisió d'equipaments i serveis públics per part de les administracions.

Des d'una perspectiva estructural és obligat assenyalar la influència exercida pel turisme sobre l'economia i la societat balear. El descobriment a principis dels anys seixanta d'un nou ús per a les terres primes, garrigues i pinars, situades al litoral, va permetre que les Balears encetassin una veritable dinàmica de transformació, de reassignació de recursos, que al llarg del temps ha generat efectes directes i indirectes sobre els patrons de producció, ocupació, exportació i generació de riquesa i ha deixat també la seva empremta en la societat civil –estructura i promoció social–, la identitat cultural –la llengua i el patrimoni–, els estils de vida i, en conseqüència, la manera de fer i els valors que caracteritzen les Balears com a poble.

Aquest ha estat un procés que –sense obviar l'existència de ruptures– ha permès a les Balears progressar en termes de benestar i qualitat de vida i ha afavorit la terciarització i, en part, el desenvolupament de serveis més avançats en l'àmbit de les activitats quaternàries –que suporten la indústria turística i recolzen la canalització de les rendes que aquesta indústria genera– i quinàries –que connecten fàcilment amb l'especialització turística i deriven, així mateix, en un major nivell de desenvolupament i benestar–. No obstant això, aquesta mateixa especialització ha comportat dèficits en l'estructura productiva que és necessari corregir per afrontar amb èxit la competència de destinacions emergents, la progressiva integració de les economies i la creixent configuració d'un marc global en el qual els mercats operen i les empreses i els individus (turistes) interaccionen.

És en aquest context, i en el d'una Europa ampliada, que les Balears han de definir una estratègia, en majúscula, per situar-se entre les regions europees punteres en progrés social, desenvolupament i benestar, perquè del que no hi ha dubte és que la UE s'organitza entorn de les regions. No només per raons econòmiques, sino també per raons socials i ambientals. Una estratègia que ara per ara no està prou perfilada ni consensuada.

El fet que les Balears ostentin la possibilitat d'engegar aquesta estratègia des de l'estandard del turisme constitueix una oportunitat que no s'hauria de desmerèixer, prenent en compte que el turisme constitueix un dels principals elements de vertebració regional interna i és la principal eina que les illes disposen per a la seva projecció exterior. Ara bé, per això, caldrà reconèixer que la visió tradicional del turisme<sup>249</sup> no és, avui, suficient per afrontar tant els patrons de comportament turístic nous –que conflueixen en motivacions i expectatives cada vegada més sofisticades– com també alguns dels vells, que ja es posaven de manifest fa més de dues dècades, i que segueixen sense solucionar-se.<sup>250</sup>

<sup>249</sup> Exclusivament relacionada amb el ràpid creixement de l'entrada de turistes a qualsevol preu, sense avaluar les conseqüències negatives provocades per la massificació turística, l'absència de planificació i criteris propis i la maximització de la capacitat.

<sup>250</sup> Orientació de l'oferta a mercats indiferenciats, elevada concentració de dues nacionalitats (alemanya i britànica), alta estacionalitat, forta dependència d'operadors turístics externs, excessiva pressió sobre els recursos naturals i intensa degradació urbana en algunes zones, baix nivell de formació, tecnologies aïllades, presència d'equipaments i d'instal·lacions obsolets, dèbil diferenciació de productes i serveis, entre d'altres.

El sistema turístic balear es troba en una cruïlla, en una fase de transició, entre el que va ser i el que serà. Alguns avantatges comparatius de què disposa estan en vies de desaparèixer, sense que se n'albirin de nous. El múscul es fa cada vegada més prim i dèbil. Per això, si les Balears volen exercir un paper de lideratge, construït a partir de la seva provada capacitat d'adaptació, han de transitar cap a nous esquemes conceptuals on la innovació, i no només l'adaptació, s'erigeix en garantia de futur. Ans al contrari, la competència actual i potencial li arrabassaran una part creixent del mercat i, en aquest procés, es perdran els rèdits que deriven de l'activitat turística.

És necessari, doncs, dissenyar una estratègia turística que no respongui a l'objectiu de maximitzar la capacitat o, si es vol, d'incrementar el nombre d'entrades de turistes,<sup>251</sup> sinó de garantir les millors condicions econòmiques, ambientals i socials per al desenvolupament del turisme. En aquest afer no disposar d'un bagatge estadístic suficient i de qualitat en matèria turística, però també econòmica, social, cultural i ambiental, dificulta sobremanera l'articulació dels mecanismes més bàsics per afrontar l'etapa de canvi que les Balears tenen al davant.

<sup>251</sup> Tan erroni com orientar la política a incrementar el nombre de turistes seria orientar-la a reduir-lo.

Així, fer compatible el principi de maximització de beneficis amb el respecte als límits de la naturalesa, la conservació del medi ambient i l'aspiració última de garantir el benestar, exigeix no només un tomb en els objectius de la política turística, sinó també un compromís dels agents econòmics i socials, a través d'un canvi profund en l'estil de vida, l'escala de valors i la cultura econòmica que impregna la societat. Aquesta és, també, una exigència ètica en favor de les generacions futures per tal que puguin tenir, així mateix, la capacitat de satisfer les seves necessitats.

Per això esdevenen crucials els pròxims deu o quinze anys. Sí, aquest tipus de plantejament s'ha de situar necessàriament a llarg termini, ja que les qüestions de caràcter estructural tarden temps a formar-se i a establir-se i, consegüentment, si es volen modificar no hi ha altra opció més que plantejar objectius estratègics i directius d'acció consensuats amb aquest mateix horitzó temporal.

No obstant això, la visualització del llarg termini no ha de fer oblidar que el camí més llarg sempre comença pel primer pas. Ha arribat l'hora, per tant, d'encetar un procés de transformació, 'la segona transformació', i de bastir una nova cultura turística que, des d'un enfocament holístic, reculli les múltiples dimensions inherents al fet turístic i les interrelacions que s'hi estableixen, assegurari el posicionament internacional de la destinació i, alhora, impulsi una senda de creixement econòmic durador, sense comprometre el benestar de les generacions futures, com a única via per garantir la prosperitat regional.

Amb tot, caminar cap a una nova cultura turística implica acceptar el desafiament de fer front a la sostenibilitat, assegurant la competitivitat, des de la gestió de la complexitat. Tres reptes d'un mateix recorregut, que permeten lectures individuals però que no es poden abordar separatament. I és que els rèdits que deriven de l'adopció d'un patró sostenible no suposen cap avantatge competitiu si no s'articula la capacitat necessària per traduir-los en una major aportació de valor a cadascun dels processos (interaccions) que tenen lloc entre les diferents dimensions del sistema turístic, i viceversa.

## 5.1. EL REPTE DE LA COMPLEXITAT

**CAMINAR CAP A UNA NOVA CULTURA TURÍSTICA** equival a avançar en una planificació turística integral, holística, capaç de compatibilitzar l'existència d'un mercat turístic competitiu –que assigni eficientment els recursos– amb mesures reguladores de caràcter estratègic que recullin les múltiples dimensions inherents al sistema turístic –algunes de les quals només s'han contemplat marginalment fins al dia d'avui– i, especialment, les interrelacions que s'hi estableixen, amb l'objectiu últim d'articular i dissenyar directrius d'acció coherents que esdevinguin un marc de referència per a la presa de decisions sectorials i responguin a l'opció turística desitjada i a la manera d'assolir-la en el futur.

Efectivament, en aquest trajecte és essencial disposar d'una visió de futur <sup>252</sup> que pugui ser utilitzada com a referència, comunicada i divulgada entre els agents econòmics i socials i que, comparada amb la situació actual, permeti estudiar les tendències previsible i determinar, de manera coordinada, les línies d'actuació corresponents. No es tracta, doncs, de definir un conjunt d'escenaris de futur possibles –tendencial, de ruptura, etc.–, d'acord amb el que sembla que podria passar, sinó d'exposar amb claredat les opcions que té la societat per atènyer allò que desitja. I és que la planificació, per definició, no és més que un mètode per racionalitzar les decisions que s'orienten, de manera conscient, cap a la transformació de la realitat.

En aquest procés, la realitat del turisme balear s'ha de considerar com un sistema d'una complexitat enorme, per tal com està integrat per múltiples components (subsistemes) estretament relacionats, de manera que l'actuació sobre un d'aquests components incideix sobre la situació i el comportament dels altres en

una successió de condicionants mutus.<sup>253</sup> Així, per exemple, el mercat turístic balear es basteix d'acord amb les capacitats i habilitats que deriven del mercat laboral regional i, viceversa, el mercat laboral respon a les restriccions i potencialitats que imposa el mercat turístic. De la mateixa manera, el mercat turístic balear no pot entendre's sense l'entorn global en què productes, serveis, gestió i tecnologies de producció turística regionals són adoptats a nivell mundial i, paral·lelament, l'aparició de noves estructures globals forcen el mercat turístic balear a operar amb les mateixes solucions, estructures de preu, organitzacions de venda i distribució, sistemes de facturació, etc., i l'obliguen a adaptar-se –reinventant nous productes i serveis– i a diferenciar-se pels seus intangibles –reputació, marca, qualitat de vida, etc.–, amb la qual cosa entren en un *feedback* permanent.

L'èxit o el fracàs del turisme no depèn, doncs, únicament del mercat turístic sinó del conjunt d'interrelacions complexes que teixeix amb altres subsistemes (mercat laboral, entorn global, territori i medi ambient, dinàmica social, marc jurídic i institucional, etc.). De fet, el gran canvi que imposa la nova cultura turística és, precisament, la importància que atorga a les interrelacions que s'estableixen entre els diferents subsistemes, les quals contenen informació addicional –no observable directament– que esdevé cabdal per a la transformació d'un sistema complex<sup>254</sup> com el turístic. I és que com a conseqüència d'aquestes interaccions, el sistema adquireix un conjunt de propietats que no es poden comprendre per la simple suma de les parts i que, d'acord amb els principis de Lorenz, expliquen: (1) el comportament difícilment previsible del sistema, (2) l'existència d'un patró dinàmic que pot ser estudiat i comprès i, (3) el

<sup>252</sup> A les Balears no hi ha hagut un veritable debat social que contempli els costos i els beneficis socials associats a les diferents opcions que, en matèria turística, té l'arxipèlag.

<sup>253</sup> La UNWTO (1998) sosté que l'activitat turística és un resultat complex d'interrelacions entre diferents factors que han de ser considerats conjuntament des de l'òptica sistemàtica, és a dir, un conjunt d'elements interrelacionats entre si que evolucionen dinàmicament.

<sup>254</sup> La complexitat d'un sistema deriva dels vincles que s'estableixen entre els elements del sistema i no del nombre d'elements, atès que aquests senzillament afegeixen complicació però no complexitat.

més important, l'enorme impacte que pot exercir un petit canvi en el sistema, fet que es coneix com a 'efecte palanca' (Gleick, 1987).

D'aquí deriva la importància de la planificació integral, com a mecanisme per definir una racionalitat global que atorgui als agents la capacitat d'anticipació –enfront d'una realitat cada vegada més mutant– i d'aproximació necessàries per assolir els objectius desitjats. Això suposa no només identificar i classificar tots i cadascun dels elements del sistema turístic, sinó, especialment, analitzar i conèixer les interrelacions que s'estableixen entre els diferents elements,<sup>255</sup> de manera que juguin a favor de la transformació desitjada.

Així, el vertader motor de transformació depèn de la capacitat del sistema turístic balear de fer actuar aquestes interrelacions i no, com ha passat fins ara, únicament els seus elements de manera independent, en favor d'un doble objectiu:

■ Satisfer les necessitats tant dels turistes com de la població resident a través de patrons tecnològics, de producció, consum, localització espacial (de les àrees de serveis, les aglomeracions urbanes, les xarxes de comunicació i infraestructures), protecció del territori, disseny paisatgístic, etc., que garanteixin la contribució del turisme en l'assoliment d'un nivell elevat i ascendent de benestar (competitivitat).

■ Obtenir, a través del desenvolupament turístic, una alta taxa d'acumulació, estalvi i inversió que permeti generar els recursos financers i econòmics necessaris per garantir a les generacions futures la capacitat de satisfer les seves pròpies necessitats (sostenibilitat).

Arribats a aquest punt, cal reconèixer i afirmar que la planificació turística balear no ha adoptat explícitament aquesta consideració sistè-

mica de la realitat, ans al contrari ha propiciat una racionalitat parcial, reduccionista, excessivament centrada en les forces d'oferta i de demanda del mercat turístic<sup>256</sup> o, en altres paraules, clarament orientada a la consecució d'uns determinats resultats a curt termini en comptes de posar l'esment en la manera en què aquests resultats s'assolien. Hi ha hagut una temptació a seguir la inèrcia i a adaptar l'actuació turística als esdeveniments en lloc de crear o transformar les condicions productives internes per tal de capturar el mercat i estabilitzar-lo de cara al futur per garantir la competitivitat i la sostenibilitat del sistema turístic.

Paral·lelament, el marc institucional i jurídic ha centrat la major part d'actuacions en l'esfera del mercat, sense introduir explícitament una visió conjunta dels elements que integren el sistema turístic i descuidant aspectes cabdals a llarg termini com la formació, la innovació, etc.<sup>257</sup> Fins i tot en l'àmbit exclusiu del mercat turístic, també han resolt de separar qüestions referides a la millora i la diversificació de l'oferta turística sense considerar, amb la intensitat necessària, aspectes com l'obsolescència, la fragmentació del teixit productiu, la dimensió del sector, etc.<sup>258</sup> La conclusió és clara: els desenvolupaments normatius que deriven d'aquestes dues darreres dècades són abundants i, considerats en conjunt, podrien formar part d'una incipient política turística, però cada una d'aquestes actuacions sembla que té els seus propis objectius, sense que hi hagi cap estratègia de conjunt que les coordini en favor d'un objectiu comú.

Un plantejament seriós i realista del turisme de les Balears ha de contemplar-ne la continuïtat en el temps i ha de ser conscient de les conseqüències ambientals i socials<sup>259</sup> que es deriven de la producció i consum de béns i serveis turístics, fets que obliguen a reconèixer la neces-

<sup>255</sup> Aquests han estat, de fet, els dos principis que han guiat l'estructura i la dinàmica d'elaboració d'aquest LLIBRE BLANC.

<sup>256</sup> Sobre aquesta qüestió, vegeu l'apartat 2.2. Anàlisi del mercat turístic, a la part segona de l'obra.

<sup>257</sup> Per a més informació, vegeu l'anàlisi realitzada a la part quarta: Condicionants a mitjà i a llarg termini del turisme.

<sup>258</sup> Per a una anàlisi més detallada, vegeu el subapartat 2.2.4. Estructura empresarial, a la part segona de l'obra.

<sup>259</sup> Sobre aquesta qüestió, vegeu l'apartat 4.2. Medi ambient i càrrega demogràfica, a la part quarta de l'obra.

**Planificació turística tradicional**

Entén el turisme com un sistema tancat, on es duu a terme l'intercanvi bidireccional d'un flux de béns i serveis entre oferta i demanda turística

S'orienta a l'*output* (al resultat) –per exemple, la quantitat de turistes, el cost, la despesa turística, etc.– i mesura l'eficàcia (capacitat d'assolir els objectius)

Es recolza en la quantitat d'*inputs* tangibles (principalment instal·lacions, equipaments i infraestructures)

Dóna compte de la despesa pública

Justifica l'impacte social i ambiental

Actua a posteriori

S'articula a curt termini

**Nova planificació turística**

Entén el turisme com un sistema obert, on es duen a terme intercanvis multidireccionals de fluxos de béns i serveis entre diferents subsistemes

S'orienta a l'*outcome* (conseqüència del resultat) –per exemple, canvi de preferències dels turistes, etc.– i mesura l'eficiència (relació entre els objectius que cal assolir i els recursos utilitzats a aquest efecte)

Es recolza en el coneixement, les habilitats i la gestió. A més dels *inputs* tangibles considera els intangibles –marca, reputació, qualitat de vida, etc.–

Demuestra el valor que agrega a la funció de producció de béns i serveis turístics

Minimitza l'impacte social i ambiental

Persegueix l'anticipació

S'articula a llarg termini

Quadre 5.1

### Noves orientacions de la planificació turística

Font: elaboració pròpia

sitat d'articular instruments complementaris al mercat, tot i la seva reconeguda capacitat d'assignar recursos i promoure la iniciativa privada, entre els quals es troba la planificació.

És, precisament, amb la planificació, que l'Administració té l'oportunitat d'articular, de manera coordinada amb els agents turístics i socials, una racionalitat global, que faci coherents les actuacions del mercat turístic amb l'estructura socioeconòmica i ambiental. Per fer operativa aquesta manera de planificar és necessari, d'una banda, institucionalitzar el turisme –millorant les condicions institucionals dels organismes que directament o indirectament s'hi relacionen, com també els recursos humans i materials–, de forma que ocupi un lloc central en la política econòmica i s'integri en les polítiques sectorials dels diferents departaments (agricultura, indústria, energia, transport, urbanisme, educació, innovació, sanitat, obres públiques, medi ambient, treball i formació, etc.). A més, des de la perspectiva de les

administracions públiques, és necessari millorar i reorganitzar els sistemes d'informació i documentació i promoure formes de treball interinstitucional que contemplin principis de nova governança –obertura, participació, eficàcia, responsabilitat i coherència–. Només d'aquesta manera es pot assolir una major eficàcia i homogeneïtzació en les mesures i reglamentacions que han de regir el desenvolupament del turisme.

D'altra banda, les implicacions regionals i la naturalesa estructural i, en certa manera, secular de les qüestions que ha d'abordar la planificació turística, obliguen a considerar una seqüència de directrius d'acció circumscrites a una estratègia a llarg termini. Les Balears han arribat a la situació actual després de més de cinquanta anys de desenvolupament turístic com a conseqüència del qual s'ha generat una estructura socioeconòmica molt complexa, amb interaccions de doble signe. Seria, per tant, molt arriscat i simplista pretendre

<sup>260</sup> Malgrat la importància econòmica i sociocultural de l'activitat turística, la investigació sobre les diferents dimensions del turisme (geogràfica, sociològica, ambiental, jurídica, econòmica, etc.) ha estat a les Balears comparativament reduïda. Hi ha hagut un desinterès a posar de manifest la importància estratègica d'aquesta investigació, fet que s'ha traduït en una dispersió d'investigadors i en la pràctica inexistència d'equips especialistes.

analitzar, valorar, plantejar i encaminar solucions en terminis molts breus. A més, la profunditat en què estan arrelades determinades pautes tecnològiques, de producció i consum en la societat, ressalta la importància de la presa de decisions col·lectives i la necessària participació de la societat en la generació de nous valors, actituds i motivacions enfront del turisme, fet que fa pensar també en un procés lent i en un horitzó temporal llarg, que es pot veure afavorit amb la incorporació del turisme als programes educatius en els distints nivells d'ensenyament. Moltes línies d'actuació que són impensables a curt termini poden ser claus per a una estratègia turística a llarg termini.

Això no obstant, la planificació s'ha d'encetar com més aviat millor i ha de ser sostenguda i simultània en molts àmbits, fet que exigeix la creació d'equips multidisciplinars capaços d'abordar la complexitat del sistema i definir un conjunt de directrius d'acció a mitjà i a llarg termini que es traslladin en línies d'actuació concretes que comencin a operar a curt termini. Lògicament, aquestes actuacions dependran, de manera molt directa, de la identificació dels elements essencials del sistema i de l'anàlisi de les interrelacions que en resultin.

En aquest sentit, la Universitat, amb la seva responsabilitat de servir els reptes que afronta la societat balear, ha de desenvolupar un paper important en el procés de planificació turística, per a la qual cosa ha d'articular i recolzar documentalment les distintes interrelacions que es produeixen a l'ombra del turisme i, a la vegada, impulsar la investigació i el desenvolupament de noves tecnologies que permetin donar resposta als diferents objectius estratègics que se'n derivin. Això requereix teixir una xarxa d'especialistes que, convenientment estimulats, sumin esforços al voltant de la recerca en turisme, bàsica i aplicada, fet que exigeix alhora la capa-

citació de recursos humans a través de la formació universitària superior i de postgrau.<sup>260</sup>

Tan important com la innovació és la difusió d'aquesta innovació, és a dir, la translació del coneixement científic a l'àmbit empresarial, en particular, i el seu aprofitament per part del sistema turístic, en general, fet que fa imprescindible l'articulació d'unitats d'interfície capaces de connectar l'oferta i la demanda. Així mateix, el Pla de R+D+i de les Balears, com a orientador de la investigació regional, ha de tenir en compte les necessitats de la planificació turística integral a l'hora de donar prioritat a determinades línies d'investigació. La manca de teixit empresarial capaç d'assumir aquesta funció d'investigació reforça encara més la necessitat d'atenció preferent per part del sector públic.

Així, la planificació integral requereix, en primera instància, una anàlisi d'aquells factors interns –sota control– que es perceben com a essencials amb relació als dos objectius enunciats anteriorment. D'aquesta manera, esdevé cabdal augmentar el coneixement sobre la dinàmica del mercat turístic balear i la seva relació amb el context econòmic, social i ambiental de les illes, tot destacant tant els aspectes conflictius i les seves causes com les potencialitats i restriccions existents. S'imposa, a més, un estudi de l'estat actual i de l'evolució prevista dels principals factors que condicionen, a curt i a llarg termini, la continuïtat del turisme, que ja s'han comentat a les parts tercera i quarta del LLIBRE BLANC. D'entre tots els processos que tenen lloc en el sistema turístic balear interessa destacar, principalment, la manera en què es produeixen, és a dir, la tecnologia que s'utilitza per satisfer les necessitats de residents i turistes i les seves repercussions. Aquesta concepció entén la tecnologia com un producte social, basat en coneixement –científic o no–, que sorgeix i es desenvolupa en determinades condicions

econòmiques i socioculturals per transformar o controlar una o més de les interaccions que tenen lloc dins el sistema turístic i que, en darrera instància, afecten el mercat turístic mateix, el medi ambient, la dinàmica social, etc. En aquest sentit, s'entén la importància de la R+D+i en la creació, a partir d'un cert cos de coneixement, de tecnologies alternatives que s'adeqüin a les noves preferències de la societat envers el turisme.

A més dels factors interns, la creixent interdependència de les economies i el caràcter transnacional del turisme obliguen a considerar també factors externs –fora de control– referits a la dinàmica turística que s'observa a nivell estatal, mediterrani, europeu i mundial. No sembla lògic que es pugui pensar en una estratègia al marge del que succeeix a nivell internacional, entre altres coses perquè els condicionants externs podrien invalidar l'estratègia balear. Aquesta anàlisi ha de contemplar l'evolució dels països competidors, aspectes geopolítics, motivacions de la demanda, la capacitat de resposta de l'oferta, la capacitat d'interconnexió amb mercats externs, etc., però també aspectes globals com la deslocalització, el canvi climàtic, etc.

Més enllà dels factors interns i externs, la planificació ha d'explicitar les condicions d'entorn que s'imposen al mercat, on els agents turístics actuen seguint els seus propis interessos amb la finalitat d'orientar el turisme cap a la direcció escollida. En cap cas, la planificació ha de substituir o interferir en la llibertat d'instal·lació de les empreses, que han de realitzar les seves inversions per participar del negoci del mercat turístic, però sí que ha d'establir objectius i mesures concretes –en forma de restriccions, instrument reguladors, eliminació de barreres, etc.– per abordar aspectes específics com l'obsolescència, la manca de cooperació entre els agents, el dèficit en ma-

tèria d'innovació, etc. En aquest sentit, s'han de considerar inicialment tots els possibles instruments reguladors, tant els genuïnament de mercat –impostos, subvencions, etc.– com els instruments de regulació obligatòria, per tal d'oportunitat els canvis que es necessiten en l'estructura tecnològica i en els patrons de conducta d'empresaris, ciutadans i turistes.<sup>261</sup>

És que resulta evident que, tot i la importància del marc regulador que estableixi l'Administració, les empreses del sector i les entitats financeres són l'eix vertebrador de la transformació. Si les primeres són necessàries perquè acumulen coneixements i disposen dels recursos materials i humans per acabar el volum d'inversió tecnològica que es necessita a curt, a mitjà i a llarg termini, les segones ho són per proporcionar el finançament necessari i cobrir el risc. Però per aconseguir-ne la participació en aquest procés és necessari un marc de referència clar i l'articulació d'una veritable política d'incentius. Fan falta senyals econòmics forts (preus), limitacions i objectius precisos, per afavorir la cooperació entre els agents econòmics i redirigir la inversió en la direcció desitjada. El disseny d'una política d'incentius coherent serà un aspecte clau en el futur del turisme de les Balears.

En aquest sentit, la planificació turística s'ha d'inscriure en un marc legal que permeti i promogui el desenvolupament d'una estratègia turística a llarg termini, ja que és un instrument cabdal per ordenar la presa de decisions sectorials, afavorir la inversió i el desenvolupament dels mercats. L'ordre, vital per a l'estabilitat de qualsevol sistema, ve donat, principalment, pel marc jurídic i institucional, les normes i els procediments. Si no s'assoleix aquesta estabilitat tots els elements del sistema se centren a maximitzar el curt termini i descuiden els efectes de les seves decisions a llarg termini. D'aquí deriva

<sup>261</sup> Per a una anàlisi més detallada, vegeu l'apartat 4.5. Estructura jurídica i marc institucional, a la part quarta de l'obra.



la importància d'estabilitzar el sistema. Segons els experts en complexitat, l'autoorganització d'un sistema s'assoleix en gran manera per la presència de 'factors d'atracció' (Ritter, 2009). Un factor d'atracció pot ser l'afany de lucre, però també l'esperit corporatiu, el lideratge.

En l'actualitat, les empreses i les destinacions necessiten veure més enllà del dia a dia per descobrir les reformes que cal introduir i la manera en què cal implementar-les, per tal d'anticipar els productes i serveis que, en un mercat cada vegada més mutant, entraran en obsolescència i liderar, a la vegada, l'aparició de nous productes, serveis i processos, tot convenent i induint a modificacions tots els altres.

La lluita contra l'obsolescència de determinats espais i establiments turístics és un dels fenòmens més complexos que han d'afrontar les Balears. Respecte d'aquesta qüestió, cal entendre, d'una banda, que l'estratègia de desinversió per part de les empreses, en resposta a la pèrdua d'atractiu o estancament de la destinació, pot ser encertada a curt termini, atesa la disminució de la rendibilitat privada<sup>262</sup> i, consegüentment, de la capacitat inversora.<sup>263</sup> D'altra banda, especialment en mercats oligopsonis, l'estratègia de desinversió pot ser també òptima per al segment d'una mida menor i de caràcter independent –que no pertany a grans grups empresarials–, mentre que se segueix aprofitant de la qualitat diferenciada que deriva de determinats intangibles o béns públics de l'entorn urbà i natural. Tant en un cas com en l'altre, el caràcter obsolet o desfasat d'alguns establiments o zones no impedeix que puguin continuar tenint demanda suficient i exhibint raonablement taxes d'ocupació altes. Tot plegat dificulta que els agents econòmics per si mateixos trobin els incentius per capgirar aquest comportament i, a la llarga, atès el deteriorament de la imatge que l'obsolescència genera sobre el conjunt de

la destinació, indueixi altres establiments, fins i tot de major qualitat i capacitat financera, a seguir la mateixa senda de desinversió (González *et al.*, 2006) i, com a conseqüència, que la destinació entri veritablement en declivi. Així, l'obsolescència com a estratègia òptima d'un o més agents privats resulta en pèrdues d'eficiència social, amb relació als recursos que es destinen al turisme, i, a la llarga, en pèrdues de rendibilitat privada i social.

Juntament amb l'obsolescència, l'absència de regulació o acció col·lectiva, la dèbil definició dels drets de propietat, l'existència d'efectes externs i d'informació asimètrica o les característiques de bé públic, expliquen també que els béns de propietat compartida –recursos naturals, el paisatge, l'entorn urbà, entre d'altres– siguin no només objecte de sobreexplotació sinó que, a més, els agents privats no tinguin incentius per invertir en el seu manteniment,<sup>264</sup> fet que a la llarga deriva també en pèrdues de rendibilitat privada i social.

Aquests i altres exemples –com la desatenció a la innovació, a la formació, etc.– serveixen per il·lustrar que si els agents econòmics es comporten racionalment i tracten de cercar el màxim benefici individual poden assolir situacions que són ineficients socialment, és a dir, que no generen el màxim benestar per a la societat. Els incentius per comportar-se egoïstament, o pensar que els altres s'hi comportaran, fa que els agents econòmics i socials obtenguin un benefici net menor que el que haguessin obtingut si haguessin cooperat. La cooperació és una condició necessària per assolir un resultat socialment eficient.

Un dels grans reptes als quals s'enfronta la nova cultura turística és, precisament, que pot ser individualment racional no participar-hi, és a dir, no cooperar. D'aquí ve que siguin ne-

<sup>262</sup> Sobre aquesta qüestió, consultau el subapartat 3.1.5. Eficència i rendibilitat, a la part tercera de l'obra.

<sup>263</sup> La literatura que adopta aquesta perspectiva identifica l'obsolescència amb un estadi de maduresa o declivi, d'acord amb la teoria del cicle de vida de Butler (1980). En essència, les característiques d'aquestes fases són: la reducció de la rendibilitat privada i social del turisme, l'elevada rotació de la propietat dels negocis turístics, els canvis d'ús d'immobles turístics a residencials i la modificació dels segments i els patrons de demanda cap a una menor qualitat-diferenciació i menor preu (González *et al.*, 2006).

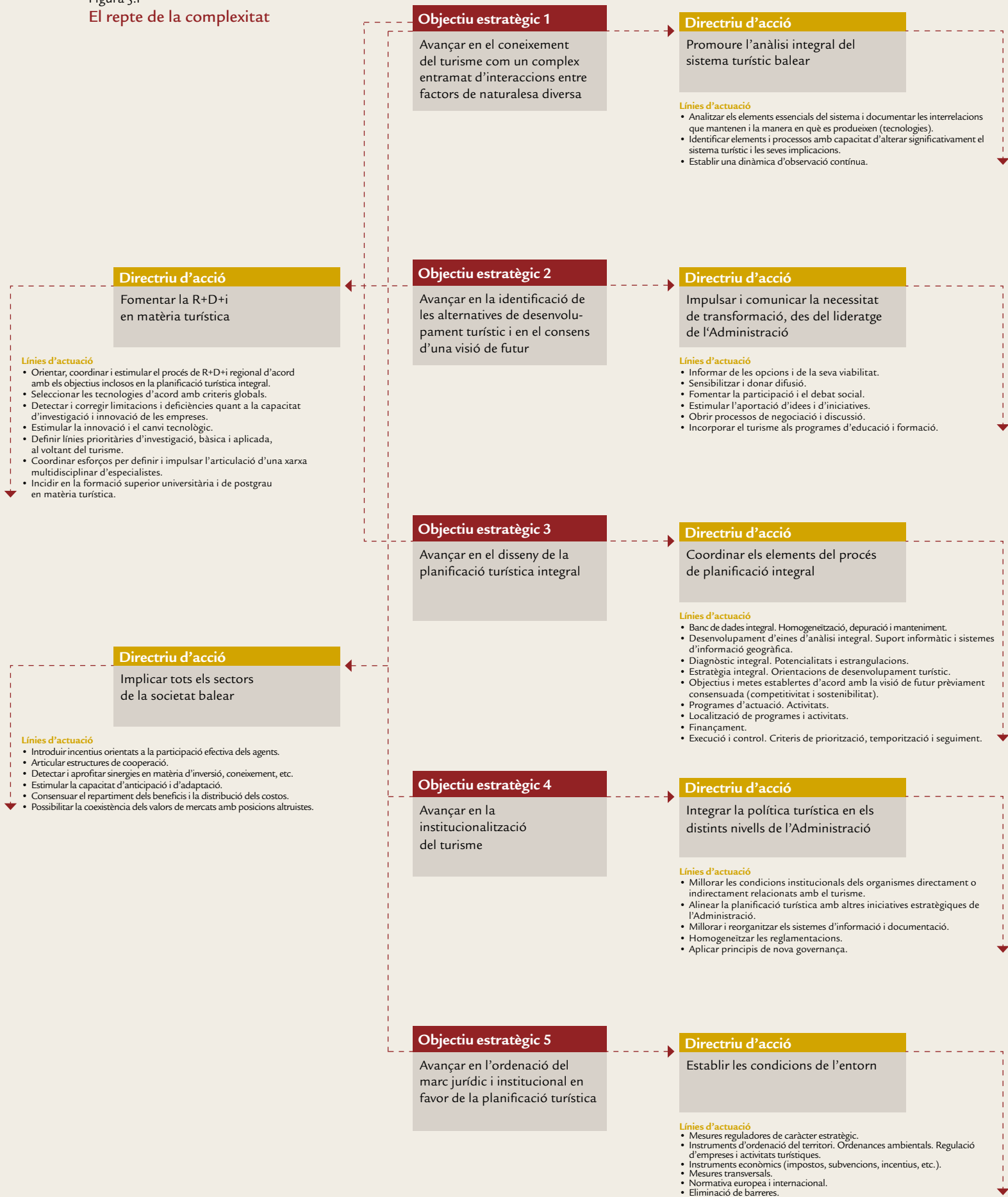
<sup>264</sup> Ans al contrari, el deteriorament del paisatge i de l'entorn urbà deriva en canvis d'ús de les places turístiques a usos residencials i en un augment de la densitat de població, tant turística com residencial.

cessaris processos de negociació i de discussió sobre com repartir els beneficis i distribuir els costos que imposa la cooperació. Cal crear incentius perquè els agents cooperin en un context definit per: (1) la multiplicitat i l'heterogeneïtat de subsistemes i activitats relacionades amb el turisme –fet que obliga a dissenyar estratègies i polítiques heterogènies–; (2) la distribució desigual del poder de negociació; (3) la diferent expectativa de pèrdues i guanys –hi ha activitats o subsectors que requereixen grans inversions i per tant una visió a llarg termini, mentre que d'altres requereixen actuacions a curt termini per aprofitar les oportunitats conjunturals en els mercats–; (4) els elevats costos de negociació i (5) la incertesa sobre els costos i beneficis agregats.

Aquests i altres factors obliguen a un lideratge de l'Administració a l'hora de fixar la política turística, fet que no s'ha de confondre amb la tasca de gestionar-la. Si alguna cosa ha demostrat la política turística al llarg de les dues darreres dècades, és l'escassa utilitat d'iniciatives aïllades. Avançar cap a una nova cultura turística necessita la participació de tots els sectors de la societat balear. Ara bé, encara que conjuntament la societat reconegui la necessitat de reorientar l'actual senda de desenvolupament turístic i d'encaminar mesures correctores –tant

de caire global com sectorial i subsectorial–, és dubtós que la transformació es produeixi, senzillament, perquè la societat està disposada a col·laborar. No basta que els individus vulguin el canvi o que considerin que la planificació inclou més punts de concordances que desavinences o més potencialitats que no pas restriccions. Es necessita la implicació efectiva de tots els agents econòmics i socials, i aquesta implicació només es produirà si es garanteix que tothom cooperi. Si no es dona aquesta garantia, ningú no s'arriscarà a suportar un cost per resoldre un problema de tots. Aquesta és la paradoxa de l'aïllament de Sen (1976), que impedeix a les persones mostrar les seves preferències (altruïstes) com a membres d'un col·lectiu i els duu a actuar d'acord amb les seves preferències (egoïstes) individuals. El sistema de mercat, desgraciadament, no pot garantir la cooperació. És l'Administració la que ha de vetllar perquè el mercat permeti l'expressió de les preferències altruïstes, fet que obliga a introduir incentius, mesures i senyals reguladors i econòmics de la planificació turística mateixa en el mercat turístic (internalitzar), perquè s'orienti cap als objectius de competitivitat i sostenibilitat. Qualsevol d'aquestes dues qüestions són, per si mateixes, un repte. Si la societat vol combinar-les i abordar-les simultàniament, la complexitat apareix amb tota claredat.

Figura 5.1  
El repte de la complexitat



## 5.2. EL REPTE DE LA COMPETITIVITAT

**CAMINAR CAP A UNA NOVA CULTURA TURÍSTICA** consisteix a avançar en el reconeixement i l'activació dels mecanismes (palanques) de creació de valor a cadascun dels processos (interaccions) que tenen lloc entre les diferents dimensions del sistema turístic balear, com a única via per combinar les actuals rendes de situació amb la capacitat necessària d'anticipació i adaptació exigida pel mercat, per tal de garantir el posicionament internacional del turisme i la seva contribució a la prosperitat regional.

El cert és que aquesta missió ostenta un caràcter marcadament ambiciós, per tal com és necessari acollir i integrar, des d'una visió holística, les múltiples formes en què les activitats i els actors del mercat turístic interactuen entre si i amb la resta de subsistemes (social, ambiental, etc.), motiu pel qual resulta cabdal acceptar que el repte plantejat només es pot afrontar des de la complexitat.<sup>265</sup> I és que més enllà de la definició del producte comercialitzat (experiència turística), que integra no només la cistella de béns i serveis consumits, sinó també quelcom tan poc senzill com la satisfacció de les expectatives formulades pels turistes a l'hora d'elegir la destinació (Bravo, 2004), és necessari assumir que:

■ Transversalment, la multiplicitat de subsistemes, activitats i agents que participen en la provisió i consum del producte turístic obliga a considerar l'heterogeneïtat d'atributs que els defineixen. De fet, en termes generals, la competitivitat s'associa a la capacitat d'una destinació per satisfer les expectatives dels turistes i assegurar simultàniament la satisfacció de les necessitats de la població i dels agents locals.

■ Temporalment, la rapidesa amb la qual es transforma l'entorn global en què es comercia-

litza el producte turístic atorga una rellevància especial al vessant dinàmic de la competitivitat i, consegüentment, a la capacitat d'adaptació i anticipació a les tendències del mercat. Així mateix, l'adopció explícita d'un enfocament intertemporal implica escometre objectius a curt termini –incorporant la premissa de no descuidar els resultats sectorials més immediats, en termes d'ingressos, rendibilitat i quota de mercat–, però també a llarg termini –assegurant la continuïtat del turisme<sup>266</sup> i apel·lant als aspectes estructurals, com la qualificació del capital humà, la dotació d'infraestructures, etc.

■ Espacialment, la fragmentació de la cadena de valor entre els llocs d'origen i destinació pel que fa a la generació, prestació i consum dels diferents components del producte deriva en l'existència d'elements que, almenys a priori, no són totalment controlables per la destinació, per bé que condicionen tant o més la competitivitat del producte regional. Respecte d'aquesta qüestió, el desenvolupament de les tecnologies de la informació i les comunicacions es postula com la via que permet modificar les fórmules de gestió, control i comercialització del producte turístic.

Més enllà de la complexitat, emprendre aquest camí no representa una tasca fàcil, sobretot perquè, malgrat que s'enceta amb la convicció que és essencial per sustentar la prosperitat regional,<sup>267</sup> l'activació dels mecanismes creadors de valor obliga a iniciar, d'acord amb la situació de partida, un procés de transformació no exempt de tensions (incompatibilitats), especialment a curt termini, que necessàriament s'ha de resoldre en el sistema mateix. Així, la necessitat de millorar la competitivitat suposa l'assumpció d'ajustos, costos i millores de la

<sup>265</sup> Per a una anàlisi detallada d'aquesta qüestió, vegeu l'apartat 5.1. El repte de la complexitat.

<sup>266</sup> Tal com s'ha definit a la part tercera de l'obra.

<sup>267</sup> La introducció de la noció de prosperitat és important per tal com emfatitza el vessant no econòmic de la competitivitat i posa en relleu el caràcter indesitjable de la competitivitat a qualsevol cost (IMD, 2005).

productivitat que, en un primer moment, poden entrar en conflicte amb diversos aspectes de la vida econòmica i sociopolítica. Tanmateix, existeixen també complementaritats que emanen de la interacció de factors diversos –econòmics, socials, culturals i institucionals– amb potencial de neutralitzar els aspectes conflictius.

Sigui el que sigui, el cert és que encara que el balanç de les dues darreres dècades posa en relleu la consolidació del posicionament internacional del producte turístic balear<sup>268</sup> i la seva contribució als comptes regionals,<sup>269</sup> l'evolució palesada, sobretot durant la darrera dècada, exhibeix senyals d'afebliment que afecten els resultats anuals i que, en un context de competència creixent, assenyalen l'existència de riscos significatius capaços d'erosionar la posició competitiva de la destinació.<sup>270</sup> Paral·lelament, l'anàlisi de les fonts del creixement regional anuncien que l'acumulació de factors de producció ha deixat de ser una alternativa suficient i viable per sostenir la creació real de riquesa, motiu pel qual es reclama la cura urgent dels aspectes estructurals que permeten impulsar la productivitat,<sup>271</sup> com a via per assegurar la competitivitat i consegüentment el benestar a llarg termini.

D'acord amb aquesta situació, redreçar la competitivitat turística no pot defugir l'estat avançat en què es troba tant el desenvolupament turístic com el desenvolupament regional, per tal com restringeix les opcions disponibles. D'una banda, l'etapa del cicle de la destinació condiona, com és ben sabut, els factors que determinen la competitivitat, els rols que assumeixen els agents impulsors del sistema i els efectes que el turisme exerceix sobre el teixit regional (Butler, 1980). Així, el fet que la maduresa de la destinació balear es tradueixi en un augment de la sensibilitat de la demanda envers les variacions dels preus, en un context de com-

petència creixent, deteriorament de l'entorn, massificació i elevada dependència dels operadors turístics nord-europeus, només és comprensible en termes de millores de la qualitat, tant dels serveis com de l'entorn i, consegüentment, de l'experiència turística.

D'altra banda, el nivell de desenvolupament econòmic assolit per les Balears, manifestat directament a través de la trajectòria ascendent de la renda per càpita, palesa la consecució d'un elevat nivell de benestar que ha ampliat el ventall de drets adquirits i ha transformat les necessitats, les prioritats i les preferències dels agents econòmics i socials. Situats en aquest punt, els elements que no tan sols determinen sinó que impulsen la competitivitat regional, han d'evolucionar necessàriament des de la mera utilització dels factors de producció cap a l'eficiència i, finalment, cap a la innovació (WEF, 2005).

Així les coses, esdevé cabdal forjar els fonaments que garantiran, en darrera instància, la transició d'un turisme basat en la dotació de recursos cap a un turisme fonamentat en el coneixement. Aquest és el repte de la competitivitat. Un repte que, d'acord amb la seva complexitat, ha de ser internalitzat per la planificació turística i assumit pels agents econòmics i socials com a referent d'excel·lència que guia la presa de decisions. Es tracta, en definitiva, d'avançar en la mateixa direcció en què ho han fet els esquemes conceptuals de competitivitat internacional: traspassar part dels esforços des de l'enfocament tradicional de l'avantatge comparatiu –que associa la consecució dels resultats comercials a la dotació de recursos– vers la perspectiva basada en l'avantatge competitiu –que recorre a l'addició de valor mitjançant la consideració d'elements relacionats no tan sols amb l'entorn productiu sinó també social, ambiental i institucional.<sup>272</sup>

<sup>268</sup> Sobre aquesta qüestió, consultau l'apartat 2.1. Evolució dels fluxos turístics, a la part segona de l'obra.

<sup>269</sup> Per a més informació, vegeu l'anàlisi duita a terme a l'apartat 1.4. Contribució econòmica del turisme, a la part primera de l'obra.

<sup>270</sup> Sobre aquesta qüestió, vegeu l'apartat 3.1. Riscos i oportunitats per al turisme, a la part tercera de l'obra.

<sup>271</sup> La productivitat és la base del rendiment de la inversió que, a la vegada, determina la taxa agregada de creixement, fet que estableix la connexió que permet a una economia competitiva créixer més ràpidament a mitjà i a llarg termini (Tugores, 2006). Per a una anàlisi més detallada, vegeu el subapartat 3.2.1. La competitivitat regional, a la part tercera de l'obra.

<sup>272</sup> Sobre aquesta qüestió, vegeu la introducció a la part quarta: Condicionants a mitjà i a llarg termini.

Aquest canvi d'òptica no suposa en cap cas deixar de banda els avantatges comparatius en què s'ha recolzat tradicionalment el turisme balear, ans al contrari suggereix gestionar-los sota criteris d'eficiència com a única via per (1) reforçar-los per tal d'edificar-hi a sobre avantatges competitiu i, alhora, (2) alliberar els recursos necessaris per estimular les palanques de valor, font d'avantatges competitiu. Aquest traspàs és necessari tant des d'un punt de vista microeconòmic –per tal com contribueix a la millora de la rendibilitat empresarial a curt termini–,<sup>273</sup> com macroeconòmic –atès que augmenta la productivitat, garanteix la prosperitat regional a llarg termini i, alhora, enforteix el trinomi turisme-societat-medi ambient, propugnat per la nova cultura turística.

En aquest escenari, els objectius estratègics que sustenten el repte de la competitivitat se centren, d'entrada, a mantenir i reforçar els avantatges comparatius que ostenten les Balears respecte dels atributs que li són propis, tant pel que fa als recursos heretats –naturals (clima, paisatge, etc.), geogràfics (localització, proximitat als principals mercats emissors, etc.) i culturals (patrimoni històric, costums regionals, etc.)– com als adquirits –materials (instal·lacions i equipaments turístics) i immaterials (tradició turística, reconeixement internacional i experiència acumulada)–, els quals en conjunt, han contribuït a la construcció de la imatge de la destinació amb una elevada presència i notorietat als mercats internacionals.

D'aquesta manera, cal assenyalar, d'una banda, la importància de dissenyar i articular directrius d'acció amb capacitat de posar en valor, des del punt de vista turístic, l'ampli ventall de recursos heretats i de propugnar, alhora, una pauta d'utilització eficient i compatible amb la generació de valor de manera continuada. Val a dir que aquest enfocament contempla, en pri-

mera instància, l'aprofitament de la combinació climaticopaisatgística de sol i platja com la dimensió bàsica del producte turístic, fet que li atorga la categoria de primera palanca de valor i que, per tant, defuig totalment la concepció que l'assimila a un patró de desenvolupament massificat de baix valor afegit i d'impactes negatius significatius. El major desafiament per a una economia turística consisteix a saber utilitzar el capital natural i cultural de manera racional i fer-ne compatible la utilització i la conservació.

D'altra banda, el repte de la competitivitat no es pot escometre sense l'establiment de mesures que perseguesquin la capitalització del bagatge (material i immaterial) adquirit i propiciïn una dinàmica contínua de renovació i enriquiment en resposta als canvis de tendències. Per això, reactivar la inversió, atenent el caràcter emprenedor que històricament ha caracteritzat la classe empresarial turística balear, esdevé clau perquè els principals segments de l'oferta puguin dotar de continuïtat el procés d'adaptació de la seva estructura, model de negoci i productes comercialitzats. Es tracta, no només d'impulsar la rendibilitat individual i garantir la supervivència a llarg termini, sinó de contribuir positivament a salvaguardar el reconeixement internacional de la destinació, mantenir els centres de decisió de grans grups internacionals i atreure més inversió estrangera productiva.

Així, pel que fa al capital material, cal no oblidar que el desenvolupament turístic ha derivat amb el pas del temps en l'acumulació d'un estoc de capital productiu considerable, pel que fa a instal·lacions, equipaments i infraestructures, que sustenta la prestació de les dimensions més bàsiques del producte turístic. Tenint en compte el grau de consolidació del sector turístic balear, però també el seu grau de maduresa, les directrius d'acció es veuen obligades a desviar la major part dels seus esforços des de la gestió

<sup>273</sup> Sobre aquesta qüestió, consultau el marc conceptual desenvolupat al subapartat 3.1.5. Eficiència i rendibilitat, a la part tercera de l'obra.

de la quantitat a la gestió de la qualitat. Només sota aquesta premissa, la creació i modernització de les instal·lacions esdevé coherent amb les exigències canviants de la demanda i els requisits de l'entorn en què es presta el servei. En tot cas, és necessari adoptar, una vegada més, un enfocament integral que afronti el diferent grau d'antiguitat dels establiments turístics i esquivi la inèrcia que, força motivada pel manteniment d'un turisme de masses, s'ha basat més en la contenció dels costos que no pas en la consecució d'uns majors nivells de qualitat. Addicionalment, si bé a nivell individual rendibilitat i obsolescència continuen sent compatibles, a nivell agregat condicionen no tan sols l'assoliment de la posició competitiva desitjada, sinó també el malbaratament de la posició actual.

Paral·lelament, respecte del capital immaterial, l'acumulació, tot i que de manera informal, d'un ampli ventall de coneixements a través de l'experiència ha bastit una tradició turística que ha impregnat la manera de fer dels agents locals (empreses, ciutadans i administracions públiques) i ha consolidat el sector. S'entén que la capacitat dels agents de respondre a l'entorn i produir riquesa depèn en gran manera de l'elecció, organització i anàlisi de l'experiència acumulada al llarg del temps, sense deixar de banda la necessitat de conjugar-la amb nous coneixements, tant si es generen dins com fora del sistema. Precisament, la gestió d'aquest coneixement, com a forma de convertir-lo en informació aplicable a la resolució de problemes i la presa de decisions, constitueix un dels bastions del desenvolupament turístic balear, tant des d'un punt de vista intern –per tal com s'erigeix en un element perpetuador de la generació de valor–, com extern –atès que constitueix un servei exportable (*know-how*) a altres destinacions–.<sup>274</sup> En aquest marc, és imprescindible aglutinar el coneixement generat i assegurar que sigui compartit i perennement transmès, fet que reclama

disposar dels recursos tècnics (infraestructures i tecnologies de la informació i les comunicacions), humans (formació i captació de talent) i institucionals (plataformes de saber, punts de trobada i interacció entre agents).

En aquest recorregut, forjar veritables avantatges competitius obliga a identificar, accionar i combinar de manera adequada i coordinada aquelles palanques de valor que garanteixen no només l'aprofitament eficient dels recursos heretats i adquirits, sinó principalment addicionar, sobre la base d'aquests recursos, múltiples capes de valor. D'acord amb aquesta qüestió, les Balears, en un context en què les destinacions i les empreses competeixen globalment sobre la base dels avantatges competitius consolidats localment, es veuen obligades a actuar decididament sobre factors estructurals de l'entorn regional que esdevenen claus per al desenvolupament empresarial del sector –per tal com prometen un ampli ventall d'oportunitats de negoci– i per a la prosperitat regional –atès que reverteixen en millores de la qualitat de vida, cohesió social, etc.

I és que, per bé que l'enfocament tradicional –que basa l'avantatge competitiu en els preus, els costos i l'evolució del tipus de canvi– segueix sustentant part de la competitivitat balear, la subjecció dels resultats sectorials i, per extensió, del posicionament exterior, a l'oferta d'un producte de qualitat acceptable a uns preus relativament reduïts ha esgotat el seu recorregut. D'entrada, en termes regionals, el nivell de desenvolupament balear ja no admet seguir fonamentant-se en una estructura de costos baixos, tant des d'un punt de vista econòmic com social.<sup>275</sup> Alhora, en termes turístics, els avantatges que es podien derivar de l'oferta d'un producte a baix preu i amb una qualitat relativament superior al proveït per les destinacions mediterrànies de caràcter emergent

<sup>274</sup> N'és una referència el procés d'internacionalització de les principals cadenes hoteleres balears descrit succintament a l'epígraf 2.2.4.1. Allotjament, a la part segona de l'obra.

<sup>275</sup> En aquest sentit, només cal comprovar el malbaratament de la competitivitat-preu que les illes han acumulat durant la darrera dècada enfront dels principals mercats emissors europeus i les destinacions competidores de la Mediterrània, tal com s'explica al subapartat 3.2.2. La competitivitat turística, a la part tercera de l'obra.

s'amagren progressivament, a mesura que aquestes destinacions acumulen coneixement, capital i tradició turística. Per això, cal abandonar aquelles estratègies de rendibilitat a curt termini equivocades que se centren en la determinació dels preus de manera aïllada, les quals no tenen en compte els factors d'oferta (*i.e.* seqüència i localització de la generació de valor) i demanda (*i.e.* segmentació) i comprometen, alhora, l'avanç d'altres dimensions estructurals de la competitivitat turística.<sup>276</sup> És necessari, doncs, integrar la política de preus en el disseny d'una planificació a mitjà i a llarg termini que treballi al servei de l'eficiència i la qualitat, com a forma de diferenciar el producte, a hores d'ara, madur i força homogeni, del de les destinacions competidores de l'entorn més proper.

D'acord amb aquesta premissa, el repte de la competitivitat passa necessàriament per estimular les palanques següents:

■ La innovació,<sup>277</sup> per tal com fa emergir noves formes de producció, modifica les possibilitats d'utilització del recursos naturals, afavoreix l'extensió i diversificació de les activitats productives i influeix en la productivitat, permet en un estadi de desenvolupament avançat no només produir de manera més eficient, sinó produir eficientment nous productes de major valor afegit. La innovació en turisme implica, doncs, el plantejament de noves idees, processos i serveis que responguin a les preferències de la demanda, millorin l'eficiència de la gestió, siguin viables d'acord amb l'estructura de costos i garanteixin, en darrera instància, les prioritats en termes de qualitat, diversificació i diferenciació del producte.

■ El capital humà,<sup>278</sup> com a principal *input* de la provisió del servei turístic, assumeix un paper cabdal, atès que el procés innovador només repercuteix en una millora de la productivitat si

els seus rèdits són degudament aprofitats. Val a dir que, més enllà de la qualificació, cal tenir en compte aspectes referits a l'estructura i al funcionament del mercat de treball, en general, i a les condicions laborals del sector turístic, en particular (temporalitat, rotació, etc.), qüestions, totes, que, en un marc de millora de les relacions laborals, són aspectes clau en l'impuls de la competitivitat a través de la relació existent entre productivitat, ocupació i remuneracions salarials.

■ Les infraestructures,<sup>279</sup> com també la provisió de serveis públics, constitueixen una palanca de valor amb un efecte clar sobre la productivitat, atès el paper estratègic que assumeixen en el desenvolupament de l'activitat turística mateixa i d'altres amb la qual aquesta activitat es relaciona. Tanmateix, els efectes multiplicadors que se'n deriven no depenen tant del volum d'inversió en noves infraestructures, sinó de seleccionar-les adequadament i de millorar la gestió de les existents, com també de la presència dels serveis que sustenten.

■ El marc jurídic i institucional,<sup>280</sup> per tal com no només articula el desplegament de l'activitat turística (com ara regulació de l'oferta, protecció del turista, etc.) i la promoció de la destinació, sinó que abasta multitud de dimensions que interactuen amb el mercat (com ara ordenació del territori, fiscalitat, urbanisme, transport, seguretat, innovació, formació, sanitat, estrangeria, etc.), esdevé, a mesura que la noció de competitivitat es fa més sofisticada, un aliat imprescindible en la definició de les 'condicions d'entorn' fins al punt de condicionar l'eficàcia i l'eficiència de la resta de palanques. Així, més enllà de la necessària coherència de les normatives emeses a les diferents esferes legislatives (estatal, autonòmica i local) i per a cadascun dels àmbits d'actuació (turístic, territorial, laboral, etc.), resulta cabdal que el marc

<sup>276</sup> Per a una anàlisi més detallada, vegeu el subapartat 3.2.2. La competitivitat turística, a la part tercera de l'obra.

<sup>277</sup> Sobre aquesta qüestió, consultau l'apartat 4.4. Capacitat innovadora, a la part quarta de l'obra.

<sup>278</sup> Consultau l'anàlisi efectuada a l'apartat 4.1. Mercat de treball i formació, a la part quarta de l'obra.

<sup>279</sup> Per a una anàlisi més específica, consultau l'apartat 4.3. Infraestructures i serveis públics, a la part quarta de l'obra.

<sup>280</sup> Per a més informació, consultau l'apartat 4.5. Estructura jurídica i marc institucional, a la part quarta de l'obra.



jurídic i institucional s'avanci a les necessitats dels residents i turistes i s'adapti àgilment a les transformacions escameses pel conjunt del sistema turístic.

Tan important com incidir en aquestes palanques és desenvolupar la capacitat de comunicar amb consistència i persistència tot allò sobre el que s'ha treballat per tal de crear una cadena de valor competitiva, no en va la imatge determina l'actitud i la predisposició del turista a l'hora d'elegir la destinació. Respecte d'aquesta qüestió, no cal incidir en la importància de la construcció d'una imatge planificada basada en una decisió prèvia de posicionament dinàmic, capaç d'avançar-se a les tendències del mercat, projectada de manera homogènia i coherent, dirigida no només als mercats reals i potencials, sinó també als agents regionals implicats.

I és que no s'ha d'oblidar que la competitivitat del turisme es fonamenta en l'articulació ferma i constant de patrons de coordinació entre sector públic i sector privat,<sup>281</sup> la participació de la població local<sup>282</sup> i, especialment, en la competitivitat de les unitats empresarials –com a forma

de millorar els processos i activar la capacitat creadora de valor–. Val a dir que, a les Balears, aquest aspecte revesteix una atenció especial, atès que el grau d'atomització del teixit empresarial turístic,<sup>283</sup> i per extensió regional, incideix sobre la capacitat negociadora i el grau d'internacionalització. Així doncs, el repte de la competitivitat, com també la resta de reptes inherents a l'assumpció d'una nova cultura turística, no és abordable sense la cooperació dels agents implicats.

Amb tot, la recerca de la prosperitat a través del turisme, com a objectiu últim del repte de la competitivitat, implica la internalització dels beneficis i els costos derivats pel sistema sobre la resta de l'estructura econòmica, el medi físic i la dinàmica social. La justificació d'aquesta necessitat no rau únicament en els incentius que suposa per a la continuïtat de l'activitat turística, sinó en la seva capacitat per acumular els recursos econòmics necessaris per aprofitar les complementaritats del trinomi turisme-societat-medi ambient i, en darrera instància, per assegurar l'assumpció del repte de la sostenibilitat amb garanties de futur.

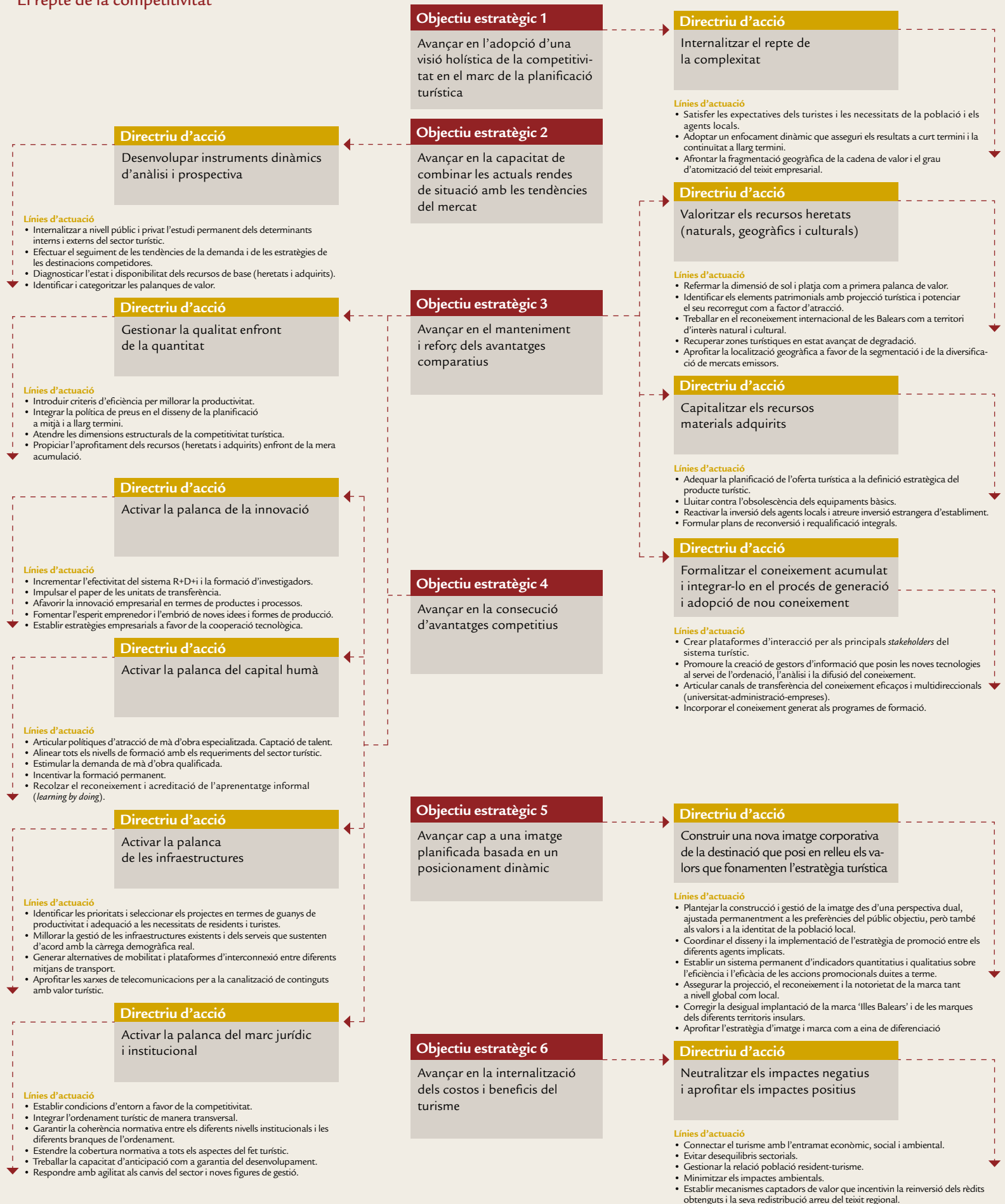
<sup>281</sup> Aquesta postura ha estat reconeguda per les administracions europees, atès que el Tractat de Lisboa estableix que la UE assumeix els objectius de fomentar la creació d'un entorn favorable per al desenvolupament de les empreses turístiques i de propiciar la cooperació entre els estats membres mitjançant, sobretot, l'intercanvi de bones pràctiques (vegeu, títol XXI, art. 176B). Sobre aquesta qüestió, vegeu el subapartat 3.1.6. Sector públic i sector privat, a la part tercera de l'obra.

<sup>282</sup> Per a més informació, vegeu el subapartat 3.1.7. Població resident i turisme, a la part tercera de l'obra.

<sup>283</sup> Sobre aquesta qüestió, vegeu el subapartat 2.2.4. Estructura empresarial, a la part segona de l'obra.

Figura 5.2

## El repte de la competitivitat



### 5.3. EL REPTE DE LA SOSTENIBILITAT

**CAMINAR CAP A UNA NOVA CULTURA TURÍSTICA** consisteix a avançar en l'adopció de fórmules que facin compatible el desenvolupament turístic i la conservació<sup>284</sup> del medi ambient, controlant i internalitzant<sup>285</sup> les interaccions que s'estableixen dins el sistema turístic balear per garantir, en última instància, la capacitat de satisfer les necessitats de la població resident i dels turistes sense comprometre el benestar de les generacions futures.

Aquest enunciat, que proposa, fonamentalment, l'assoliment d'un objectiu social, ha estat analitzat, al llarg de les dues darreres dècades, des de disciplines diferents (economia, sociologia, antropologia, ecologia, etc.) d'acord amb la definició mateixa de medi ambient que acull el conjunt de circumstàncies físiconaturals, culturals, econòmiques i socials que envolten les persones i els éssers vius. Així, a nivell internacional, s'han publicat un nombre elevat d'articles i informes referits a les possibilitats de mantenir l'expansió turística com a motor de creixement econòmic enfront dels impactes naturals, culturals, econòmics i socials que genera, fet que ha contribuït a sensibilitzar l'opinió pública i ha provocat una atenció creixent envers la 'sostenibilitat turística' (Archer, 1996; UNWTO, 1999b). No obstant això, cal reconèixer que, en el dia d'avui, el caràcter polisèmic del terme ha propiciat que s'hagi associat a nombrosos objectius<sup>286</sup> i que, alhora, s'hagi utilitzat com a element d'ornamentació de discursos i declaracions o de formulació de sinonímies referides a desenvolupaments turístics equilibrats, integradors, harmoniosos, compatibles, alternatius, verds, etc. El resultat és que, avui, la 'sostenibilitat turística' és un concepte ambigu, confús i de difícil aplicació pràctica.

Tanmateix, en economies en què, com la balear, el turisme genera una important contribució en termes de creixement i acapara, per tant, una part substancial de recursos de producció, esdevé pertinent i potser, fins i tot, obligat –atesa la relació de dependència bidireccional que manté amb el medi ambient– interrogar-se sobre la possibilitat de definir una senda de creixement turístic sostenible,<sup>287</sup> entesa com aquella pauta de producció de béns i serveis turístics –i de consum dels recursos– que no disminueix la capacitat de la població resident ni dels turistes de satisfer les seves necessitats, sigui quin sigui l'horitzó temporal considerat.

En el fons, emperò, darrera la possibilitat de mantenir de manera continuada el creixement turístic s'amaga una restricció important: els límits imposats pel medi físiconatural. Així, segons l'opinió d'alguns autors, tant des de dins com des de fora de l'economia (Boulding, 1966; Georgescu-Roegen, 1971; Daly, 1987, 1993), el creixement econòmic durador no és possible atesa la dotació finita de matèria i energia i el caràcter entròpic<sup>288</sup> dels processos de reordenació i transformació, fets que, a la llarga, imposen límits físics al creixement econòmic per la via de la llei de rendiments decreixents.

No obstant això, aquesta visió descuida el fet que l'activitat econòmica, en general, i turística, en particular, més enllà d'un procés de transformació, és un procés de creació de valor (Smulders, 1998). De fet, el creixement econòmic no és més que l'augment del flux de valor econòmic generat. D'aquesta manera, tot i que el creixement turístic és, des d'una vessant quantitativa, certament limitat, el creixement mesurat en termes de valor no té pas perquè ser-ho, sempre que sigui factible, a través dels

<sup>284</sup> En general, el terme conservació evoca la no-utilització present dels recursos per tal que puguin ser utilitzats en el futur. No obstant això, des de l'economia ambiental, que és l'aproximació que se seguirà en aquestes pàgines, es defineix la conservació com l'ús apropiat dels recursos a cada moment del temps.

<sup>285</sup> La internalització fa referència al procés mitjançant el qual els agents econòmics i socials prenen consciència dels impactes sobre el medi ambient que deriven de la seva activitat i els incorporen a la presa de decisions.

<sup>286</sup> La majoria dels objectius s'han expressat en termes quantitatius –d'acord amb orientacions antropocèntriques (per ex. nombre de turistes)– o en termes qualitius –d'acord amb orientacions ecocèntriques (per ex. capacitat de càrrega). Vegeu, pel que fa al cas, Coppock (1982), O'Reilly (1991), Tisdell i Wen (1997) i Seild i Tisdell (1999).

<sup>287</sup> Una disjuntiva habitual en el marc de la sostenibilitat fa referència a les diferències entre creixement i desenvolupament sostenible (Pezzey, 1989). No obstant això, seguint Bretschger (1998), d'ara endavant s'utilitzaran indistintament ambdós conceptes.

<sup>288</sup> Tècnicament, l'entropia és una funció no decreixent que mesura la distància d'un sistema respecte al seu estat d'equilibri amb relació als sistemes adjacents. Els processos de transformació de matèria i energia augmenten l'entropia del sistema i, consegüentment, disminueixen el treball que, en termes físics, el sistema pot realitzar (Ayres, 1999).

processos de transformació, crear més valor, més utilitat,<sup>289</sup> a partir de la mateixa quantitat de matèria i energia disponible. Així, si bé s'accepta que en el procés de generació de valor no es pot prescindir de matèria i energia, també s'afirma que no existeix un requeriment mínim per assolir un cert nivell de producció o benestar agregats. I és que, essencialment, l'activitat turística es nodreix de dos *inputs* bàsics, matèria i energia i coneixement (tecnologia<sup>290</sup>), els quals, combinats de manera flexible, donen lloc a altres factors de producció –recursos naturals amb diferents graus de processament, treball, capital, etc.– o a béns i serveis directament consumibles (Smulders, 2000).

D'acord amb aquesta perspectiva, si les Balears, a través del sistema turístic, són capaces de substituir progressivament la utilització de matèria i energia per coneixement aplicable tant als processos i factors de producció com a les activitats de consum, és possible que assolisquin una senda de desenvolupament sostenible i, així, garanteixin, d'acord amb els processos d'acumulació de capital, l'equitat intergeneracional.

La preocupació per l'equitat intergeneracional és al darrere del concepte de sostenibilitat. L'informe Brutland mateix (WCED, 1987) exigeix que el benestar humà, entès com la capacitat de satisfer les necessitats humanes actuals i futures, no decaigui en el temps, o en paraules de Newmayer (1999), que no es redueixi la capacitat de proveir utilitat per càpita (per a un membre representatiu de la societat) no decreixent *ad infinitum*.<sup>291</sup> Es tracta, en definitiva, de garantir a les generacions futures el mateix conjunt d'oportunitats de benestar de què ha gaudit la generació actual o, en altres paraules, de llegar-los un estoc de capital –com a proveïdor de benestar directe (béns o serveis) o indirecte (recursos)– a partir del qual puguin donar resposta a les seves necessitats.

En aquest recorregut, tal com ensenya la teoria del creixement econòmic, s'ha d'adoptar una visió àmplia de capital que contempli l'estoc actual de capital natural (recursos naturals i ambientals de la biosfera), capital productiu (béns d'equipament, infraestructures, etc.), capital humà (educació, formació, experiència laboral, etc.), capital tecnològic (coneixement tangible i intangible) i capital social i institucional,<sup>292</sup> així com la seva evolució en el temps i les possibilitats de substitució entre uns components de capital i els altres, en un context caracteritzat per la presència d'importants restriccions físiconaturals, tecnològiques, culturals, etc.<sup>293</sup>

Dissortadament, emperò, aquesta informació no està, generalment, disponible. Tan difícil resulta fer supòsits plausibles sobre les alternatives tecnològiques com sobre les conseqüències ambientals de les activitats humanes, fets que, juntament amb la consideració de la irreversibilitat dels danys ambientals i la incertesa existent sobre les possibilitats de substitució entre diverses formes de capital, dificulten la definició i l'elecció d'una senda d'eficiència i d'equitat intertemporal.

Tanmateix, si s'accepta que aquesta trajectòria és socialment desitjable i és té la certesa que existeix i que és possible assolir-la, esdevé pertinent orientar esforços a identificar-la, compar-tir-la entre tots els agents econòmics i socials i propiciar que la societat, a través d'un marc institucional adequat, seleccioni aquesta senda d'entre totes les trajectòries possibles. Aquest és el repte de la sostenibilitat. Un repte que no amaga la dificultat de determinar les propietats desitjables d'aquesta trajectòria, ni la seva vulnerabilitat davant qualsevol canvi en les condicions de partida (demanda, nivell de reserves, estat de la tecnologia, etc.), ni els efectes que la cerca d'aquest tipus de desenvolupament pot tenir sobre el nivell de vida actual, ni la baixa

<sup>289</sup> La utilitat, entesa aquí com a sinònim de satisfacció o benestar, és l'objectiu final de qualsevol de les branques de la Teoria econòmica. A la utilitat termodinàmica se l'anomena energia disponible o exergia.

<sup>290</sup> S'adopta un concepte ampli de tecnologia, tal com es manifesta també a l'apartat 5.1. El repte de la complexitat.

<sup>291</sup> El principi d'utilitat és un principi filosòfic creat per l'utilitarisme, que considera que allò que és correcte és allò que proporciona el major bé possible a la major quantitat de persones possible. Es tracta, així, d'un principi de l'ètica teleològica, que basa els judicis de la moral en les conseqüències de les accions. Alguns dels autors fonamentals de l'utilitarisme són Jeremy Bentham, James Mill o John Stuart Mill. De fet, com recorda Rawls (1971), la idea que utilitat i justícia estan vinculades apareix ja en el contracte social de Rousseau.

<sup>292</sup> El capital social i institucional es produeix per l'acumulació individual i la contrastació social de les formes de comportament, motiu pel qual condiciona l'aparició i l'aplicació del capital productiu.

<sup>293</sup> És important advertir, doncs, que en l'avaluació de la sostenibilitat, les restriccions naturals no són les úniques que s'han de considerar.

probabilitat que el mercat l'assolesqui de manera espontània.

En aquest punt, cal recordar que el funcionament de l'economia depèn en bona mesura dels mecanismes institucionals que la societat decideix utilitzar, com a política, per incentivar i coordinar la participació dels recursos en l'economia: els drets de propietat per retenir (conservar) o gastar (consumir) una determinada riquesa (capital, en sentit ampli); els drets dels individus a comercialitzar; les lleis que defineixen el paper de les empreses públiques i privades; els sistemes de tributació i de fixació dels preus, etc. En definitiva, més enllà dels límits físics, és el marc institucional, entès com la combinació d'estructures de mercat, assignació de drets de propietat i instruments d'intervenció pública, el que fa possible que, juntament amb les preferències socials (sistema de valors), l'economia transiti per una senda de creixement sostenible.

El repte de la sostenibilitat requereix, doncs, canvis en el marc institucional que només podran dur-se a terme si aquest objectiu és assumit per tots i cadascun dels agents econòmics i socials, des de les seves posicions respectives, atenent, evidentment, la capacitat d'acció corresponent i la seva responsabilitat. Tan necessari és un canvi d'escenari en la dinàmica interna del sector públic a l'hora de donar respostes al repte de la sostenibilitat turística com ho és en l'àmbit privat –ciutadans i empreses–. Respostes que no poden continuar sent declaracions retòriques, exercicis teòrics o parcials, sinó que han de basar-se en la implicació i la implantació realista, mitjançant una acció pública coordinada que proporcioni un marc integral i estable, que agrupi totes les polítiques sectorials afectades i permeti el desenvolupament de directrius i línies d'actuació interdepartamentals i intersectorials, en favor de nous esquemes

econòmics que aprofundesquin en l'ecoeficiència, permetin desvincular la producció de béns i serveis turístics del consum creixent de matèria i energia i afavoresquin l'aplicació de noves tecnologies ambientalment avançades i la reducció d'impactes en nombrosos àmbits.<sup>294</sup>

Alguns dels mecanismes que afavoreixen la consecució del repte de la sostenibilitat han començat a aparèixer al si del sector turístic balear en forma de programes d'estalvi d'energia, aigua i altres recursos, atesa la reducció de costos que duen associats. A més, aquesta mena de pràctiques solen donar lloc a algun tipus de certificació que proporciona informació al consumidor respecte al comportament ambiental dels agents turístics i donen, així, una resposta visible a una demanda caracteritzada per una creixent consciència ecològica (Kotler *et al.*, 2003). En aquest sentit, la recerca de beneficis privats, a través dels menors costos, així com de la millora de la imatge de l'empresa, condueix de manera pràcticament voluntària i descentralitzada a un augment de la qualitat ambiental. Des de la proposta pionera de certificació de qualitat ambiental de platges i ports esportius que representa la bandera blava (Font i Buckley, 2001), els instruments d'autoregulació desenvolupats pel sector turístic han proliferat fins a arribar, en l'actualitat, a més de cent iniciatives rellevants identificades per la UNWTO (2002), entre les quals es troben els sistemes de certificació voluntària<sup>295</sup> i els codis de conducta ambiental.<sup>296</sup> Entre aquests sistemes, destaquen pel seu volum les ecoetiquetes, que s'han aplicat majoritàriament als allotjaments turístics regionals.<sup>297</sup>

No obstant això, aquestes respostes voluntàries, per bé que són altament representatives de la direcció del canvi, són insuficients per afrontar el repte de la sostenibilitat. En realitat, es tracta d'accions individuals a través de les quals

<sup>294</sup> Per a una anàlisi més detallada, vegeu el subapartat 4.2.3. Impactes ambientals, a la part quarta de l'obra.

<sup>295</sup> Els sistemes de certificació voluntària engloben diversos mecanismes, com els premis i reconeixements establerts per la indústria turística, els sistemes d'etiquetatge ambiental per a empreses i espais turístics i els sistemes de gestió i auditoria ambiental d'empreses turístiques, els quals permeten acreditar l'administració sostenible de les instal·lacions turístiques a través de la norma internacional ISO14001 i el reglament europeu EMAS (Chang i Wong, 2006).

<sup>296</sup> Els codis de conducta són guies de comportament o recomanacions per als agents del sector que tenen l'objectiu de reduir els impactes ambientals de l'activitat. Entre aquest tipus d'actuacions destaca l'Agenda 21 per a la indústria de viatges i turisme (UNWTO, 1998); la Carta Mundial de Turisme Sostenible (UNWTO, 1995), etc.

<sup>297</sup> Existeixen exemples d'ecoetiquetes d'àmbit superior, com l'ecoetiqueta europea per a serveis d'allotjament turístics (Decisió 2003/287/CE) o la *Green globe 21* –única ecoetiqueta aplicable a agents i a destinacions turístiques a tot el món (Synergy, 2000).

cada agent turístic estableix la seva actuació maximitzant la seva pròpia funció objectiu. Com ja s'ha explicat anteriorment, un dels grans problemes per avançar cap a una nova cultura turística és que pot ser individualment racional no participar-hi, és a dir, actuar de manera no cooperativa; així doncs, mentre que uns agents avancen i lideren la implantació de sistemes de gestió ambiental i de les auditories ambientals que els acompanyen o opten per l'ecoetiquetatge i la participació en fons d'inversió ètics i ambientals, altres consideren aquests elements com una distorsió que dificulta les seves operacions i en comprometen els resultats, amb la qual cosa contribueixen indirectament al deteriorament o, en altres paraules, a un resultat ineficient, des d'un punt de vista social.

El repte de la sostenibilitat estableix, doncs, com a condició necessària, la cooperació. Una condició que esdevé suficient si tots i cadascun dels agents econòmics i socials –públics i privats– són capaços d'escollir una funció objectiu de manera que la sostenibilitat aparegui entre les seves variables d'elecció. En cas contrari, l'Administració es veu obligada a incidir, a través de regulacions de compliment obligat o d'instruments econòmics, en el comportament dels agents econòmics i socials.

El llistat de regulacions (estàndards de qualitat o quantitat sobre recursos, productes o processos; normes d'accessibilitat, captació, utilització i emissió; normes de planificació i ordenació del territori, etc.) i instruments econòmics (impostos, cànon i taxes a la utilització, al consum, a la contaminació, als serveis prestats; subsidis en forma de subvencions, crèdits blans o desgravacions fiscals; gravàmens de no-compliment i dipòsits de bon fi; creació de mercats a través dels anomenats permisos negociables, etc.) es podria allargar encara més i avançar, aquí, una discussió sobre els avantatges dels

uns i els altres en termes d'eficàcia,<sup>298</sup> eficiència, flexibilitat, equitat i idoneïtat d'acord amb la problemàtica tractada. No obstant això, aquesta discussió, encara que important, està fora de lloc en aquestes pàgines. El que sí que resulta rellevant matisar és que totes aquestes mesures estan pensades per resoldre problemes o conflictes concrets (com ara millorar la gestió de residus, preservar la diversitat biològica, reduir els nivells de contaminació, garantir un nivell de qualitat de l'aigua de bany, etc.) i només, en el millor dels casos, es relacionen amb l'objectiu d'assolir la sostenibilitat, és a dir, en termes de garantir l'equitat intrageneracional i intergeneracional.

El repte de la sostenibilitat topa, doncs, amb una dificultat afegida. En efecte, el paquet de mesures disponibles s'orienta, en general, a aconseguir un determinat objectiu que per si mateix constitueix un repte, per tal com es contemplen una o més alternatives per maximitzar el benestar social dels afectats per una situació o l'altra. Però, en realitat, des d'una perspectiva de sostenibilitat, encara que aquestes mesures –especialment els instruments econòmics– són conceptualment molt potents per assolir objectius ambientals i desenvolupen un paper cabdal en la internalització dels impactes ambientals,<sup>299</sup> es queden coixes a l'hora de garantir la viabilitat de tot el procés i assegurar que l'alternativa finalment seleccionada respecti el principi de l'equitat intrageneracional i intergeneracional.

En suma, el desenvolupament sostenible és possible, però no és la solució per la qual opta de manera espontània el mercat (Solow, 1974; Stiglitz, 1974; Hartwick, 1977), ni tan sols en condicions ideals en què l'Administració, via regulacions o instruments econòmics, aconsegueix corregir les fallides del mercat. El repte de la sostenibilitat exigeix quelcom més que l'eficiència econòmica. Així, l'única solució que

<sup>298</sup> Cal recordar, en aquest punt, que el concepte d'eficàcia fa referència a la mesura en què s'assoleix un determinat objectiu, mentre que l'eficiència relaciona el grau de consecució d'aquest objectiu amb el cost que ha suposat.

<sup>299</sup> De fet, Buckley (2002), entre d'altres, sosté que mitjançant una combinació adequada d'aquests instruments es pot assolir l'eficiència econòmica.

sembla realment pragmàtica per garantir un desenvolupament sostenible consisteix a mantenir constant l'estoc agregat de capital natural (Pearce i Turner, 1990), deixant, això sí, que es produeixin canvis en la seva composició. Al cap i a la fi, no es tracta de mantenir constant l'estoc de capital natural, sinó el flux de béns i serveis que proporciona la biosfera.

En aquest sentit, és necessari tenir en compte que la biosfera compleix almenys quatre funcions que són valorades positivament per la societat, en general, i pel turisme, en particular. Així, la biosfera: (1) proveeix recursos (sòl, aigua, energia, aire, etc.), que formen part de la funció de producció de béns i serveis turístics i que, per tant, contribueixen a la creació de valor; (2) proporciona béns naturals (paisatge, parcs naturals, etc.), que són demanats pels turistes i que, com a tals, s'integren a la seva funció d'utilitat o benestar; (3) funciona, gràcies a la seva capacitat d'assimilació, com un abocador per a molts dels residus i deixalles que l'activitat turística genera i que la societat vol eliminar; i (4) és per a l'espècie humana el que sustenta la vida i la seva diversitat.

D'aquesta manera, el repte de la sostenibilitat obliga les Balears a tenir en compte l'estoc actual de recursos naturals i el flux de béns i serveis ambientals que se'n deriven i a introduir-lo com una restricció a l'hora de prendre qualsevol decisió de consum o d'inversió –pública o privada– que afecti, directament o indirectament, la capacitat de la biosfera de desenvolupar les seves funcions. En el cas dels recursos renovables, aquest criteri és relativament fàcil de traduir a regles pràctiques. Per exemple, els recursos hídrics s'han d'utilitzar de manera que el seu ritme d'extracció no sigui superior al ritme de regeneració o, en el cas del flux de residus, no ha de superar la capacitat d'assimilació del medi receptor.

Això no obstant, l'aplicació d'aquesta restricció no és tan evident en el cas dels recursos no renovables (com ara el sòl, els combustibles fòssils, etc.), els recursos que han perdut la condició de renovabilitat per mor d'un patró de sobreexplotació continuada i els que desenvolupen funcions difícilment substituïbles (com ara les de suport a la vida, la regulació del clima, els cicles bioquímics, etc.). En aquestes circumstàncies, perquè el flux de béns i serveis es mantengui constant és necessari, d'una banda, assegurar un ritme adequat de substitució entre recursos no renovables i renovables i, de l'altra, garantir que la disminució de l'estoc no es tradueixi en una disminució del benestar, mitjançant un augment de la productivitat i, per tant, del valor econòmic del recurs a llarg termini (Gómez, 1994). Un exemple del primer cas és la substitució de l'energia derivada de combustibles fòssils per energies alternatives (solar, eòlica, etc.). Un exemple del segon cas és una millora de l'eficiència energètica,<sup>300</sup> és a dir, l'obtenció de la mateixa quantitat d'*output* amb un cost menor.

Així les coses, siguin quines siguin les circumstàncies actuals que envolten els diferents elements que conformen l'estoc agregat de capital natural de les Balears (reserves minerals, qualitat de l'aire i de les aigües subterrànies, capacitat per reciclar i absorbir residus, biodiversitat, etc.),<sup>301</sup> la introducció de la restricció enunciada obliga a ampliar l'objectiu d'eficiència econòmica, de manera que, d'ara endavant, els projectes d'inversió públics i privats que s'impulsin en matèria turística només es duguin a terme si (1) individualment responen al repte de la competitivitat enunciat a l'apartat anterior i, alhora, (2) conjuntament, no malbaraten el flux de béns i serveis que deriva de l'estoc de capital natural.<sup>302</sup> D'acord amb aquesta darrera qüestió, el conjunt de projectes d'inversió s'haurà de complementar necessàriament amb un o més

<sup>300</sup> Consultau l'epígraf 4.2.3.2 Recursos energètics, a la part quarta de l'obra.

<sup>301</sup> Per a més informació, vegueu el subapartat 4.2.1 Recursos de base limitats, a la part quarta de l'obra.

<sup>302</sup> És important advertir que aquesta regla s'aplica al conjunt de projectes d'inversió i no individualment. De fet, si s'aplicàs a cada projecte seria innecessàriament restrictiva.

‘projectes ombra’ (en la terminologia de Pearce), amb l’únic propòsit de corregir o compensar els danys ambientals ocasionats per la resta i, configurar, així, un programa d’inversions sostenible. Val a dir, per tant, que els ‘projectes ombra’ no han ser jutjats amb criteris d’eficiència sinó d’eficàcia econòmica, és a dir, segons la capacitat de corregir o compensar els efectes negatius de la cartera de projectes d’inversió.

En aquest sentit, els projectes ombra s’han d’orientar a:

■ Constituir unitats ambientals homogènies,<sup>303</sup> d’acord amb aptituds –retroalimentació, autorregulació, adaptació, estabilitat, etc.–, compatibilitats i incompatibilitats d’ús, com a única via per garantir l’eficiència o productivitat del medi fisiconatural i, consegüentment, la satisfacció de les necessitats de béns i serveis que demana el desenvolupament turístic mateix. És aquesta capacitat per produir, de manera permanent, matèria i energia, la que sosté la productivitat del sistema turístic, d’aquí ve la importància de conservar-la.

■ Enriquir la diversitat biològica,<sup>304</sup> per tal com s’erigeix en el principal suport de la productivitat de l’ecosistema i, consegüentment, de la continuïtat productiva del sistema turístic. Cal, doncs, propiciar la creació de zones d’esmor-teïment i corredors naturals per tal que la fauna pugui emigrar i desplaçar-se d’una unitat ambiental a una altra. No n’hi ha prou a protegir determinats espais sinó que s’ha d’estimular el desenvolupament d’activitats agrícoles, al voltant dels perímetres exteriors, connectades amb la mateixa productivitat de l’espai.

Tanmateix, la connexió entre la sostenibilitat i el medi fisiconatural no és més que una conseqüència del fet que la primera neix amb la finalitat de posar en evidència els límits que imposa

el segon a l’hora de mantenir una senda de benestar no decreixent, però el cert és que, com ja s’ha vist, les restriccions naturals no són les úniques que cal considerar en l’avaluació del repte de la sostenibilitat. I és que si es defugissin els condicionants que rauen en la dimensió social en què es desenvolupa l’activitat turística, difícilment es podrien contestar les preguntes bàsiques: què, com i per a qui produir.

En aquest sentit, atès que les relacions turisme-medi ambient no es poden contemplar prescindint dels principis, drets, preferències i valors de la societat envers la utilització, explotació, conservació i respecte del medi ambient, el repte de la sostenibilitat obliga a un canvi profund del comportament i les actituds de consum i producció dels agents econòmics i socials i assenyalava la importància de la participació de tots els agents locals en la gestió del capital acumulat (natural, productiu, humà i tecnològic) i, per tant, en la coordinació de les diferents estratègies turístiques. I és que la formulació de qualsevol estratègia turística sostenible ha d’integrar, a més de les constants del medi fisiconatural, les particularitats de l’entorn econòmic, social i cultural en què s’ha de desenvolupar. En cas contrari, els individus o grups socials que intervenen en els processos d’acumulació seguiran optant racionalment per l’ús intensiu de tot tipus de capital a curt termini i, consegüentment, per l’augment de l’entropia (tendència al deteriorament) de cadascuna de les dimensions del sistema turístic. Aquesta darrera qüestió esdevé especialment rellevant pel que fa als recursos d’ús compartit que, com ara el clima, l’entorn urbà i natural, el paisatge i el patrimoni historicocultural, sostenen la dimensió bàsica del producte turístic.

Amb tot, és necessari modificar el marc jurídic i institucional per reforçar les relacions turisme-societat-medi ambient, fet que reco-

<sup>303</sup> És a dir, espais en els quals existeix un cert grau d’homogeneïtat tant en l’estructura com en el funcionament.

<sup>304</sup> Seguint les recomanacions de Margalef, s’ha preferit el terme diversitat biològica al més utilitzat de biodiversitat, encara que ambdós són utilitzats indistintament al llarg de l’obra. En aquest sentit, es poden distingir tres tipus de diversitat biològica –genètica, d’espècies, d’ecosistemes–, a la qual caldria afegir la diversitat funcional, que reconeix la sinergia però també la redundància entre serveis ecològics que emanen de diferents espècies que conviuen com a part d’una mateixa biocenosi.



mana introduir canvis en les formes d'apropiació social dels recursos d'ús compartit (*i.e.* drets de propietat) i, consegüentment, orientar els 'projectes ombra' a compensar també les implicacions econòmiques i socials (costos i beneficis) que es deriven d'aquest canvi. En aquest cas, els 'projectes ombra' abasten qüestions referides tant a la millora de l'eficiència, mitjançant l'estímul de la R+D+i, la inversió i la formació envers la gestió d'aquests recursos, com la potenciació del seu propi coneixement i conservació.

Ignorar el repte de la sostenibilitat té alts costos per al turisme balear, atès que condiciona almenys tres aspectes: (1) l'assoliment del repte de la competitivitat per tal com els principis orientadors de la sostenibilitat sustenten la dimensió a llarg termini de la competitivitat turística; (2) el desenvolupament d'activitats més avançades que, com els serveis quaternaris i quinaris, sorgeixen arran de l'adopció d'un patró de creixement sostenible, són fàcilment connectables amb l'especialització turística, impulsen la productivitat i reporten un major valor afegit; i (3) el compliment dels compromisos internacionals en matèria de sostenibilitat i, consegüentment, la transposició a l'àmbit regional de les mesures econòmiques, socials i ambientals corresponents.

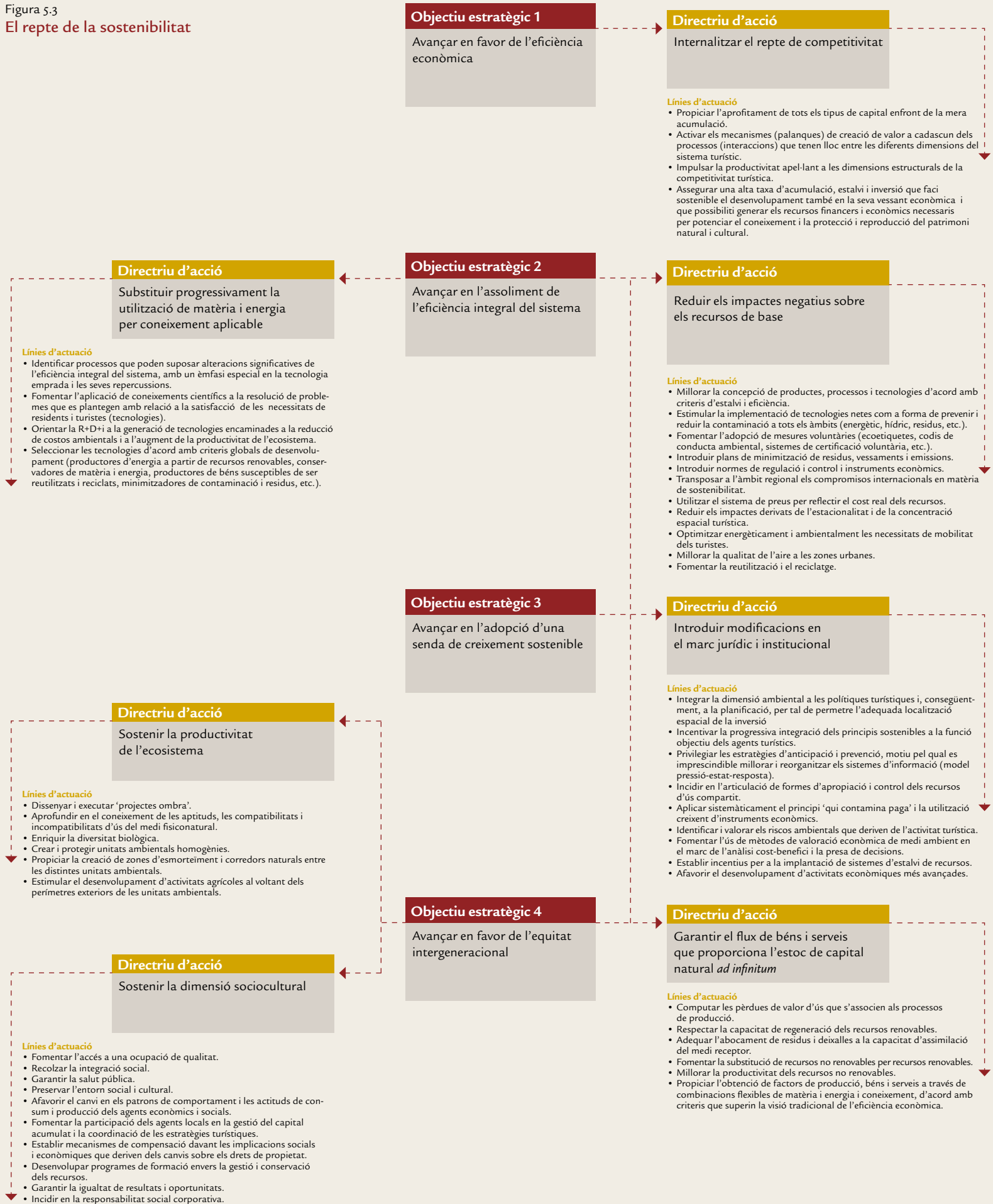
Així les coses, la sostenibilitat és un factor estratègic clau per incrementar la competitivitat de la destinació balear en el marc d'una plani-

ficació integral de llarg termini que consideri la complexitat del sistema turístic i els interessos de tots els agents implicats i, viceversa, la competitivitat esdevé una condició indispensable per assolir la sostenibilitat, per tal com requereix la capacitat (talent) per desenvolupar nous productes i processos (tecnologies) que valoritzin les diferents baules de la cadena de valor (transport, allotjament, etc.) i alhora contribueixin a la utilització més eficient dels recursos patrimonials i naturals.

En aquest sentit, és necessari impulsar el posicionament en el mercat turístic internacional de nous productes d'alt valor afegit i de noves zones turístiques, basades en valors culturals i ambientals propis, on la qualitat de servei i els alts nivells d'eficiència ambiental s'erigescuin en el principal 'factor d'atracció' de nous segments de clients que responguin a una distribució temporal més equilibrada dels fluxos turístics. Aquesta és l'única manera que el sector turístic assumeixi el valor de la sostenibilitat com a part de la seva estratègia de negoci. Addicionalment, cal elaborar campanyes de sensibilització i formació dirigides als agents turístics, als turistes mateixos i a la població resident, atès que tots integren la cadena de valor. Es tracta, en definitiva, d'orientar i de crear potents referents d'efectes demostració, bones pràctiques i incentius envers els agents econòmics i socials en favor de la necessitat de reforçar els processos (tecnologies) que condicionen a llarg termini el desenvolupament turístic de les Balears.

Figura 5.3

El repte de la sostenibilitat



## REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- AAKER, D. *Managing brand equity: capitalizing on the value of a brand name*. Nova York: The Free Press, 1991.
- ABLER, R.; ADAMS, J. *The industrial and occupational structure of the American labor force*. Pennsilvània: Pennsylvania State University, 1977.
- AGUILÓ, E. «Un año de fuerte recuperación turística». *Economistas*, (64) (1995), p. 516-518.
- AGUILÓ, E. *El fenómeno de la estacionalidad turística en Baleares: análisis de las potencialidades para mejorar el turismo de temporada media y baja y recomendaciones de política turística*. Projectes de recerca, desenvolupament tecnològic i innovació. Govern de les Illes Balears, 2005, Mimeo.
- AGUILÓ, E. *Actitud de los residentes frente al turismo: análisis para las Islas Baleares*. Palma: Fundació Antoni Maura, 2007.
- AGUILÓ E.; ALEGRE J.; SARD M. «Examining the market structure of the german and british tour operating industries through an analysis of package holiday prices». *Tourism Economics*, 9 (3) (2003), p. 255-278.
- AGUILÓ, E.; BARROS, V.; GARCIA, M.A.; ROSSELLÓ, J. *Las actitudes de los residentes en Baleares frente al turismo*. Palma: Universitat de les Illes Balears, 2004.
- AGUILÓ, E.; JUANEDA, C.N. «Tourist expenditure for mass tourism markets». *Annals of Tourism Research*, 27 (3) (2000), p. 624-637.
- AGUILÓ, E.; ROSSELLÓ, J. «Host community perceptions. A cluster analysis». *Annals of Tourism Research*, 32 (4) (2005), p. 925-941.
- AGUILÓ, E.; ROSSELLÓ, J.; BARROS, V.; GARCÍA M.A. *Actitud de los residentes frente al turismo. Análisis para las Islas Baleares*. Palma: Bancaja, 2007.
- AGÚNDEZ, A.; PEDRAJA, F. «Descentralización fiscal y eficiencia económica». *Papeles de Economía Española*, 95 (2003), p. 24-34.
- ASSOCIACIÓ PER A LA INVESTIGACIÓ DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ (AIMC). *Navegantes en la red. Segunda encuesta AIMC a usuarios de Internet*. Madrid: AIMC, 1998.
- ASSOCIACIÓ PER A LA INVESTIGACIÓ DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ (AIMC). *Navegantes en la red. Novena encuesta AIMC a usuarios de Internet*. Madrid: AIMC, 2007.
- ALCALÁ, F.; HERNÁNDEZ, P.J. «Las externalidades del capital humano en la empresa española». *Revista de Economía Aplicada*, 14 (41) (2006), p. 61-83.

ALCOVER, F. «La protección jurídica del turista como consumidor». *Turismo y defensa del consumidor. Jornadas Jurídicas. Colección Consumo*, 1. Palma: Govern de les Illes Balears, 1991, p. 13-30.

ALCOVER, J.A.; PONS, G.X.; PALMER, M. «Biodiversitat i societat». A: DUARTE, C.M.; GRASES, F. (ed.). *El papel social de la ciencia en Baleares: un homenaje a Javier Benedí*. Palma: Universitat de les Illes Balears, 2003, p. 115-130.

ALEGRE, J.; CLADERA, M. «Repeat visitation in mature sun and sand holiday destinations». *Journal of Travel Research*, 44 (2006), p. 288-297.

ALEGRE, J.; JUANEDA, C.N. «Destination loyalty: consumers' economic behaviour». *Annals of Tourism Research*, 33 (3) (2006), p. 684-706.

ALEGRE, J.; POU, L. «The length of stay in the demand for tourism». *Tourism Management*, 27 (2006), p. 1343-1355.

ALPÍZAR, F. «The pricing of protected areas in nature-based tourism: a local perspective». *Ecological Economics*, (56) (2006), p. 294-307.

ÁLVAREZ, A. «La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teórico-metodológicos». *Política y Sociedad*, 42 (1) (2005), p. 57-84.

ÁLVAREZ, S.; CANTARERO, D. *Transferencias, corresponsabilidad fiscal y reforma del sistema de financiación autonómica*. Document presentat a les XIV Jornades d'estudis andalusos. Màlaga: novembre 2006.

AMELUNG, B.; NICHOLLS, S.; VINER, D. «Implications of global climate change for tourism flows and seasonality». *Journal of Travel Research*, 45 (3) (2007), p. 285-296.

AMENGUAL, J.F. «Llista vermella dels vertebrats de les Balears». *Documents tècnics de conservació*, a Vol. 1 i 2. Palma: Conselleria d'Agricultura i Pesca, Govern de les Illes Balears, 1990.

AMER, J. «Turisme i població resident» i «Turisme i cultura». A: PICORNELL, C.; SASTRE, F.; SERRA, S. (ed.). *Turisme i societat a les Illes Balears*. Palma: Hora Nova, 2003.

AMER, M.; BERGAS, P. «L'ús públic a sa Punta de n'Amer: avaluació i propostes de gestió». *Territoris*, 6 (2006), p. 61-73.

AP, J. «Resident's perceptions on tourism impacts». *Annals of Tourism Research*, 19 (1992), p. 665-690.

APPIAH-ADU, K.; FYALL, A.; SINGH, S. «Marketing culture and customer retention in the tourism industry». *The Service Industries Journal*, 20 (2000), p. 95-113.

ARCHER, B. «Sustainable tourism ans economist's viewpoint». A: BRIGUGLIO, L.; ARCHER, B.; JAFARI, J.; WALL, G. (ed.). *Sustainable tourism in islands and small states: issues ans policies*. Londres: Keele University, 1996.

ARCHER, B.; OWEN, C. «Towards a tourist regional multiplier». *Regional Studies*, 5 (1971), p. 289-294.

ARROW, K.; BOLIN, B.; COSTANZA, R.; DASGUPTA, P.; FOLKE, C.; HOLLING, C.S.; JANSSON, B.O.; LEVIN, L.S.; MÄLER K.G.; PERRINGS, C.; PIMENTEL, D. «Economic growth, carrying capacity, and the environment», *Ecological Economics*, 15 (1995), p. 91-95.

ASCHAUER, D.A. «Is public expenditure productive?». *Journal of Monetary Economics*, 23 (2) (1989), p. 177-200.

ASHWORTH, J.; THOMAS, B. «Patterns of seasonality in employment in tourism in the United Kingdom». *Applied Economic Letters*, 6 (1999), p. 735-739.

AYRES, R.U. «Materials, economics and the environment». A: VAN DEN BERGH, J. (ed.). *Handbook of environmental and resource economics*. Cheltenham: Edward Edgar Publishers, 1999, p. 867-894

BACARIA, J.; FOLCH, R.; PARÍS, A.; REÑAGA, L.; ULIED, A.; CHATELUS, G.; JOANIQUE, M.M.; MERCADÉ, L.; PERNI, O.; PRAT, M. *Atlas ambiental de la Mediterrània. L'estructura del territori i del paisatge*. Barcelona: Editorial Pòrtic, 1999.

BACKMAN, S.J.; CROMPTON, J.L. «Differentiating between high, spurious, latent, and low loyalty participants in two leisure activities». *Journal of Park and Recreation Administration*, 9 (2) (1991a), p. 1-17.

BACKMAN, S.J.; CROMPTON, J.L. «The usefulness of selected variables for predicting activity loyalty». *Leisure Sciences*, 13 (1991b), p. 205-220.

BAIROCH, P.; KOZUL-WRIGHT, R. «Globalization myths: some historical reflections on integration, industrialization and growth in the world economy». *UNCTAD Discussion Papers*, 113 (1996).

BAKER, D.A.; CROMPTON, J.L. «Quality, satisfaction and behavioral intentions». *Annals of Tourism Research*, 27 (3) (2000), p. 785-804.

BALAGUER, J.; CANTAVELLA-JORDÁ, M. «Tourism as a long-run economic growth factor: the spanish case». *Applied Economics*, 34 (2002), p. 877-884.

BALAGUER, P.; VIZOSO, G.; FERRER, M.I.; RUÍZ, M.; BASTERRETXEA, G.; JORDI, A.; FORNÓS, J.J.; SATORRES, J.; ROIG, F.X.; TINTORÉ, J. «Zonificación del litoral balear frente a un posible derrame o vertido de hidrocarburos. Establecimiento de un índice de sensibilidad ambiental (ISA) de la línea de costa». A: PÉREZ, A.; LÓPEZ, J. (coord.). *Geomorfología y territorio*. Santiago de Compostel·la: Universitat de Santiago de Compostel·la, 2006, p. 311-322.

BALASSA, B. «Exports and economic growth: further evidence». *Journal of Development Economics*, 5 (2) (1978), p. 181-189.

BALOGLU, S. «An investigation of a loyalty typology and the multideestination loyalty of international travelers». *Tourism Analysis*, 6 (2001), p. 41-52.

BAÑOS, C.J. «Modelos turísticos locales. Análisis comparado de dos destinos de la Costa Blanca». *Investigaciones Geográficas*, 21 (1999), p. 35-58.

BARDOLET, E. «El diseño del paisaje turístico. Proyectos y respuestas en aras del turismo de calidad». A: PICORNELL, J.; SEGUÍ, J.M. (dir.). *La formació, la rehabilitació i les noves modalitats turístiques*. Palma: UIB-CODEFOC, 1995.

BARDOLET, E. «Modelo turístico y ordenación territorial. Percepción medioambiental y paisajística del turista». A: RAMIS, A.; CORRAL, L.A.; CARRETERO, P. (dir. i coord.). *III Jornadas de Ordenación del Territorio. Ordenación territorial y modelo turístico*. Palma: Col·legi Oficial d'Arquitectes de les Illes Balears, 2007.

BARÓN, A.; SANTIAGO, R. *Población flotante en las Islas Baleares para el año 2002. Hipótesis de consumo de agua para abastecimiento*. Palma: Direcció General de Recursos Hídrics, Consellleria de Medi Ambient, Govern de les Illes Balears, 2002.

BARTH, E. *Spillover effects of education on co-worker productivity. Evidence form the wage structure*. Bilbao: ESPE Conference, 2002.

BATTU, H.; BELFIELD, C.R.; SLOANE, P.J. «Human capital spillovers within the workplace: evidence for Great Britain». *Oxford Bulletin of economics and statistics*, 65 (5) (2003), p. 578-594.

BAUM, T.; HAGEN, L. «Responses to seasonality: The experiences of peripheral destinacions». *International Journal of Tourism Research*, 1 (1999), p. 299-312.

BAUMOL, W.J. «Productivity policy and the services sector». A: INMAN, R. (ed.). *Managing the services economy. Prospects and problems*. Cambridge: Cambridge University Press, 1985, p. 301-317.

BEAUMONT, N. «Ecotourism and the conservation ethic: recruiting the uninitiated or preaching to the converted?». *Journal of Sustainable Tourism*, 9 (4) (2001), p. 317-341.

BECKER, G.S. *Human Capital. A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. Nova York: Columbia University Press, 1964.

BEL, G. «Gasto municipal por el servicio de residuos sólidos urbanos». *Revista de Economía Aplicada*, 14 (41) (2006), p. 5-32.

BELL, S. *Landscape: pattern, perception and process*. Londres: E & FN Spon, 1999.

BHAGWATI, J.; SRINIVASAN, T. «Trade policy and development». A: DORNBUNSCHE, R.; FRENKEL, I.J. (ed.). *International economic policy: theory and evidence*. Baltimore: John Hopkins University Press, 1979, p. 1-35.

BIGNÉ, J.; FONT, X.; ANDREU, L. *Marketing de los destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC, 2000.

BIGNÉ, J.; SÁNCHEZ, M.I.; SÁNCHEZ, J. «Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship». *Tourism Management*, 22 (2001), p. 607-616.

BINIMELIS, J. *Caracterització, tipificació i pautes de distribució de les àrees rururbanes a l'illa de Mallorca*. Palma: Universitat de les Illes Balears, 1996. Tesi doctoral inèdita.

BINIMELIS, J. «Canvi rural i colonització estrangera a Mallorca». A: PICORNELL, M.; POMAR, A. (coord.). *L'espai turístic. Planificació, gestió, recursos, sostenibilitat, noves modalitats*. Palma: INESE, 2002, p. 207-236.

BLASCO, A. *Legislació d'ordenació territorial i urbanisme de les Illes Balears*. Palma: Universitat de les Illes Balears, 1996.

BLÁZQUEZ, M. *Els usos recreatius i turístics dels espais naturals protegits. L'abast del lleure al medi natural de Mallorca*. Palma: Universitat de les Illes Balears, 1996. Tesi doctoral inèdita.

BLÁZQUEZ, M. «Uso público del patrimonio natural». A: BLÁZQUEZ, M.; CORS, M.; GONZÁLEZ, J.; SEGUÍ, M. (coord.). *Geografía y territorio: el papel del geógrafo en la escala local*. Palma: Universitat de les Illes Balears, 2002, p. 175-202.

BLÁZQUEZ, M.; MURRAY, I. «Indicador d'anàlisi diacrònica dels canvis d'usos del sòl de la costa de les Illes Balears». A: BLÁZQUEZ, M.; MURRAY, I. (dir.). *Indicadors de sostenibilitat del turisme a les Illes Balears. Memòria del projecte 2002-2003*. Palma: CITTIB, 2003.

BLÁZQUEZ, M.; MURRAY, I.; GARAU, J. *El tercer boom. Indicadors de sostenibilitat del turisme de les Illes Balears 1989-1999*. Palma: Leonard Muntaner i CITTIB, 2002.

BOERS, H.; BOSCH, M. *La tierra, destino turístico. Introducción al turismo y al medio ambiente*. Madrid: SME/Institute for Environmental Communication i Netherlands Institute of Tourism and Transport Studies, 1996.

BOLÓS, M. *Manual de ciencia del paisaje*. Barcelona: Masson, 1992.

BOLÒS, O. *La vegetació de les Illes Balears. Comunitat de plantes*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 1996.

BORRÀS, R. (coord.). *Fijos discontinuos. ¿Contratos flexibles o precarios?* Madrid: La Lucerna, 2004.



- BOULDING, K.E. «The economics of the coming spaceship Earth». A: JARRETT, M. (ed.). *Environmental quality in a growing economy*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1966, p. 3-14.
- BOYLAUD, O.; NICOLETTI, G. «Regulation, market structure and performance in telecommunications». *OCDE Economics Department Working Paper*, 237 (2000).
- BOYLE, S.; SAMSON, F. «Effects of nonconsumptive recreation on wildlife: a review». *Wildlife Society Bulletin*, 13 (1985), p. 110-116.
- BRADBURY, K.L.; LADD, H.F. «Changes in the revenue-raising capacity of U.S. cities, 1970-1982». *New England Economic Review*, març-abril (1985), p. 20-37.
- BRAMLEY, G. *Equalization grants and local expenditure needs: the price of equality*. Regne Unit: Avebury, 1990.
- BRAMWELL, B.; LANE, B. (ed.). *Tourism collaboration and partnerships: politics, practice and sustainability*. Clevedon: Channel View Books, 2000.
- BRAU, R.; LANZA, A.; PIGLIARU, F. «How fast are the tourism countries growing? The cross-country evidence». *Nota di Lavoro*, 85 (2003), Fundació Eni Enrico Mattei.
- BRAVO, S. «La competitividad del sector turístico». *Boletín Económico*, setembre (2004), p. 3-18, Banc d'Espanya.
- BRAVO, S.; GORDO, E. «Los factores determinantes de la competitividad y sus indicadores para la economía española». *Boletín Económico*, setembre (2003), p. 73-86, Banc d'Espanya.
- BRETSCHGER, L. «The sustainability paradigm. A macroeconomic perspective». *Revue Régim et Développement*, 7 (1998), p. 73-103.
- BRIASSOULIS, H. «Sustainable tourism and the question of the commons». *Annals of Tourism Research*, (29) (2002), p. 1065-1085.
- BROSIO, G. «The difficulties of financing local governments by means of general grants: the case of Italy». A: CAMERON, G.; LOTZ, J. (ed.). *Measuring local government expenditure needs: the Copenhagen workshop*. París: OCDE Urban Management Studies, 1981.
- BROWN, J.R.; DEV, C. «Looking beyond RevPar». *Cornell Hotel Restaurant and Administration Quarterly*, 40 (2) (1999), p. 23-33.
- BROWN, T.C. «The concept of value in resource allocation». *Land Economics*, 60 (3) (1984), p. 231-246.
- BUCKLEY, R. «Tourism ecolabels». *Annals of Tourism Research*, 29 (1) (2002), p. 183-208.

BUHALIS, D. «Strategic use of information technologies in the tourism industry». *Tourism Management*, 19 (5) (1998), p. 409-421.

BUHALIS, D. «Marketing the competitive destination of the future». *Tourism Management*, 21 (1) (2000), p. 97-116.

BUHALIS, D. *e-Tourism: information technology for strategic tourism management*. Londres: Pearson Education, 2003.

BUTLER, R.W. «The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management resources». *Canadian Geographer*, 24 (1980), p. 5-12.

BUTLER, R.W. «Seasonality in tourism: issues and problems». A: SEATON, A.V. (ed.). *Tourism: the state of the art*. Chichester: Wiley, 1994, p. 332-339.

BUTLER, R.W. (ed). *Tourism area life cycle: conceptual and theoretical issues*. Vol. 2. Clevedon: Channel View Books, 2006.

CALS, J. «Turismo y territorio: los términos de una dialéctica». A: PEDREÑO, A. *Ecología, economía y turismo en el Mediterráneo*. Comunitat Valenciana: Ajuntament de Benidorm i Universitat d'Alacant, 1986, p. 153-162.

CAMBRA DE COMERÇ DE MALLORCA. *Estudio sobre la situación del turismo residencial en las Illes Balears*. Palma: Cambra de Comerç de Mallorca, 2006.

CAÑIZAL, M. *La restauración fuera del hogar*. Madrid: Mundiprensa, 1996.

CAPÓ, J.; RIERA, A.; ROSSELLÓ, J. «La economía balear en el cambio de siglo». *Monogràfics CRE*, 001, 2005.

CAPÓ, J.; RIERA, A.; ROSSELLÓ, J. «Balears y Canarias: ejemplos de desarrollo económico a través del turismo». *Monogràfics CRE*, 007, 2006.

CAPÓ, J.; RIERA, A.; ROSSELLÓ, J. «Dutch disease in tourism economies. evidence from the Balearic and the Canary Islands». *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (6) (2007a), p. 615-627.

CAPÓ, J.; RIERA, A.; ROSSELLÓ, J. «Tourism and long-term growth: A Spanish Perspective». *Annals of Tourism Research*, 34 (3) (2007b), p. 709-726.

CARBONERO, M.A.; HORRACH, A.; MASCAREÑO, P.; SANTIAGO, J. *L'espai social de l'exclusió a les Balears. Una proposta d'àrees d'atenció preferent*. Palma: "SA NOSTRA", Caixa de Balears, 2001.

CARBONERO, M. A.; MIQUEL, A.; NADAL, G.; RIUTORT, B.; VALDIVIELSO, J. «Treball, sostenibilitat i cohesió social a les Illes Balears». A: *Estratègia per a la sostenibilitat de les Illes Balears. Bases per una societat sostenible*. Palma: Govern de les Illes Balears, 2003.

CARLSON, L.H.; GODFREY, P.J. «Human impact in coastal recreation and natural areas». *Biological Conservation*, 49 (1989), p. 141-156.

CARTER, D.; FRICK, K. «The effect of tourism on local government Spending in Missouri, 1992». *Journal of Economics*, 26 (1) (2000), p. 1-13.

CASTELLS, A. (dir.); SORRIBAS, P.; VILALTA, M. *Las subvenciones de nivelación en la financiación de las comunidades autónomas: análisis de la situación actual y propuestas de reforma*. Barcelona: Publicacions i edicions de la Universitat de Barcelona, 2005.

CAVANILLAS, S.; BENITO, M.T.; SUINADA, C.; TUR, M.N. *Turismo y comercio electrónico. La promoción y contratación on line de servicios turísticos*. Granada: Comares, 2001.

CEBALLOS, M.M. *La regulación jurídica de los establecimientos hoteleros*. Madrid: Marcial Pons, 2002.

CEBALLOS-LARCURÁIN, H. *Tourism, ecotourism and protected areas*. Suïssa: IUCN, 1996.

CENTRE D'INVESTIGACIÓ I TECNOLOGIES TURÍSTIQUES DE LES ILLES BALEARS (CITTIB). *Estudi sobre les actituds i percepcions de la població resident envers el desenvolupament turístic a Balears*. Palma: Conselleria de Turisme, 2003.

CHANDRA, S.; MENEZES, D. «Applications of multivariate analysis in international tourism research: the marketing strategy perspective of NTOs». *Journal of Economic and Social Research*, 3 (1) (2001), p. 77-98.

CHANG, E.S.W.; WONG, S.C.K. «Motivations for ISO 14001 in the hotel industry». *Tourism Management*, 27 (2006), p. 481-492.

CHANG, J.; YANG, B.; YU, C. «The moderating effect of salespersons' behaviour on shopping motivation and satisfaction: Taiwan tourists in China». *Tourism Management*, 28 (3) (2007), p. 703-713.

CHAUDHURI, S.; PFAFF, A. *Household income, fuel choice and indoor air quality: microfoundations of an environmental Kuznets curve*. Nova York: Departament d'Economia de la Universitat de Columbia, 1998, Mimeo.

CHO, B. «Assessing tourist satisfaction: an exploratory study of korean youth tourists in Australia». *Tourism Recreation Research*, 11 (1998), p. 244-249.

CHOI, W.M.; CHAN, A.; WU, J. «A qualitative and quantitative assessment of Hong Kong's image as a tourist destination». *Tourism Management*, 20 (1999), p. 361-365.

- CHRISTENSEN, P. P. «Historical roots for ecological economics». *Ecological Economics*, 1 (1) (1989), p. 17-37.
- CLARK, C. *The conditions of economic progress*. Londres: Macmillan, 1940.
- COCA, M.; ALCOVER, G. *Avantprojecte de la llei de drets del turista*. Encàrrec de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears, 1989.
- COHEN, E. «Principales tendencias del turismo contemporáneo». *Política y Sociedad*, (42) 1 (2005), p. 11-24.
- COMISSIÓ EUROPEA. *Sexto informe periódico sobre las regiones*. Brussel·les: Comissió Europea, 1999.
- COMISSIÓ EUROPEA. *Libro blanco. La política europea de transportes de cara al 2010: la hora de la verdad*. Brussel·les: Comissió Europea, 2001.
- COMISSIÓ EUROPEA. *Using natural and cultural heritage to develop sustainable*. Brussel·les: Comissió Europea, 2002.
- COMISSIÓ EUROPEA. *ICT and e-Business in the Tourism Industry. ICT adoption and e-business activity in 2006*. Brussel·les: e-Business Watch, 2006a.
- COMISSIÓ EUROPEA. *Cohesion policy and cities: the urban contribution to growth and jobs in the regions*. COM (2006b) 385 final.
- COMISSIÓ EUROPEA. *Libro verde: modernizar el derecho laboral para afrontar los retos del siglo XXI*. Brussel·les: Comissió Europea, 2006c.
- CONSELL ECONÒMIC I SOCIAL DE LES ILLES BALEARS. *Indicadors de qualitat del treball*. Palma: Consell Econòmic i Social, 2008.
- CONSELLERIA D'EDUCACIÓ I CULTURA; FUNDACIÓ "SA NOSTRA", CAIXA DE BALEARS. *Inventari d'equipaments culturals 2004*. Palma: Conselleria d'Educació i Cultura, "SA NOSTRA", Caixa de Balears, 2007.
- COOPER, C.P.; FLETCHER, J.; GILBERT, D.; WANHILL, S. *Tourism: Principles and practice*. Londres: Pitman, 1993.
- COPELAND, M.T. «Relation of consumer's buying habits to marketing methods». *Harvard Business Review*, 1 (1923), p. 282-289.
- COPPOCK, J.T. «Tourism and conservation». *Tourism Management*, 3 (4) (1982), p. 270-276.
- COSTA, A. *Un análisis de las disparidades fiscales generadas por la actividad turística: Aplicación al caso de los municipios españoles*. Palma: Universitat de les Illes Balears, 2008. Tesi doctoral inèdita.
- CROMPTON, J.L.; LOVE, L.L. «The predictive validity of alternative approaches of evaluating quality of a festival». *Journal of Travel Research*, 34 (1995), p. 11-24.

CROPPER, M.; GRIFFITHS, C. «The interaction of populations, growth and environmental quality». *American Economic Review*, 84 (1994), p. 250-254.

CROUCH, G.I.; RITCHIE, J.R.B. «Tourism, competitiveness and social prosperity». *Journal of Business Research*, 44 (1999), p. 137-152.

CUADRADO-ROURA, J.R.; RUBALCABA, L.; BRYSON, J.R. *Trading services in the global economy*. Regne Unit: Edward Elgar, 2002.

CURTIN, S.; BUSBY, G. «Sustainable destination development: the tour operator perspective». *International Journal of Tourism Research*, 1 (2) (1999), p. 135-147.

DALY, H.E. «The economic growth debate: what some economists have learned but many have not». *Journal of Environmental Economics and Management*, 14 (4) (1987), p. 323-336.

DALY, H.E. «Is the entropy law relevant for the economics of natural resources and scarcity?: of course it is». *Journal of Environmental Economics and Management*, 23 (1992), p. 91-95.

DALY, H.E. «The perils of free trade». *Scientific American Magazine*, novembre (1993), p. 50-57.

DANAHER, P.J.; ARWEILER, N. «Customer satisfaction in the tourist industry: a case study of visitors to New Zealand». *Journal of Travel Research*, 34 (1) (1996), p. 89-93.

DAVEY, A. *National system planning for protected areas*. Suïssa: IUCN, 1998.

DE LA FUENTE, A.; GUNDÍN, M. «El sistema de financiación de las comunidades autónomas de régimen común: un análisis crítico y algunas propuestas de reforma». *Investigaciones Regionales*, 13 (2008), p. 213-268.

DE MELLO, M.; NELL, K.S. «The forecasting ability of a cointegrated VAR demand system with endogenous vs exogenous expenditure variable: an application to the UK imports of tourism from neighbouring countries». *Working Papers*, 109 (2002), Facultat d'Economia de la Universitat de Porto.

DE RUS, G.; LEÓN, C. «Economía del turismo: un panorama». *Revista de Economía Aplicada*, 15 (5) (1997), p. 71-109.

DE RUS, G.; NOMBELA, G. «Is Investment in high speed rail socially profitable?». *Journal of Transport Economics and Policy*, 1 (41) (2007), p. 3-23.

DENG, J.; KING, B.; BAUER, T. «Evaluating natural attractions for tourism». *Annals of Tourism Research*, 29 (2002), p. 422-438.

DE-SERPA, A.C.; FAITH, R.L. «“Bru-u-u-uce”: the simple economics of mob goods». *Public Choice*, 89 (1996), p. 77-91.

- DÍAZ, A.; TORRES, D. *Estrategias de desarrollo de turismo deportivo para las Illes Balears*. Palma: CAEB, 2006.
- DÍAZ, F. *Mercado inmobiliario y segregación urbana en el litoral alicantino*. Document presentat a les X Jornades d'economia crítica. Barcelona, 2006.
- DICK, A.S.; BASU, K. «Customer loyalty: toward an integrated conceptual framework». *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22 (2) (1994), p. 99-113.
- DIEKE, P.U.C. «Cross-national comparison of tourism development: lessons from Kenya and the Gambia». *The Journal of Tourism Studies*, 4 (1) (1993), p. 2-18.
- DOXEY, G.V. «A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research influence». *Proceedings of the Travel Research Associates 6th Annual Conference (San Diego)*, 1975, p. 195-198.
- DRITSAKIS, N. «Tourism as long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis». *Tourism Economics*, 10 (3) (2004), p. 305-316.
- DURBARRY, R. «Tourism and economic growth: the case of Mauritius». *Tourism Economics*, 10 (4) (2004), p. 389-4001.
- DWYER, L.; KIM, C. «Destination competitiveness: determinants and indicators». *Currents Issues in Tourism*, 6 (5) (2003), p. 369-414.
- EAGLES, P.F.J.; MCCOOL, S.F.; HAYNES, C.D. «Sustainable tourism in protected areas. Guidelines for planning and management». *Best practice protected area guidelines series*, 8 (2002), IUCN.
- EASTERLY, W.; KRAAY, A. «Small states, small problems?». *Income, Growth and Volatility in Small States*, 28 (2000), p. 2013-2027.
- ECKTON, G.D.C. «Road-user charging and the Lake District National Park». *Journal of Transport Geography*, 11 (4) (2003), p. 307-317.
- (EEA) EUROPEAN ENERGY AGENCY. *Europe's Environment. The Third Assessment*. Copenhagen: EEA, 2003.
- EMERY, R.F. «The relation of exports and economic growth». *Kyklos*, 20 (1967), p. 470-484.
- ESPAÑOL, I.M. *Las obras públicas en el paisaje: guía para el análisis y evaluación del impacto ambiental en el paisaje*. Madrid: CEDEX, Ministeri de Foment, 1998.
- (ETC) EUROPEAN TRAVEL COMISSION. *Tourism trend for Europe*. Brussel·les: ETC, 2006.
- EXCELTUR. *Libro blanco de los recursos humanos del turismo en España. Competitividad turística y diferenciación a través de las personas*. Madrid, 2006.

FAGERBERG, J.; VERSPAGEN, B. «Productivity, R+D spillovers and trade». A: VAN ARK, B.; KUIPERS, S.K.; KUPER, G.H. (ed.). *Productivity, technology and economic growth*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 2000, p. 345-360.

FAKAYE, P.C.; CROMPTON, J.L. «Image differences between prospective. First-time and repeat visitors to the lower Rio Grande Valley». *Journal of Travel research*, 30 (2) (1991), p. 10-15.

FALLON, P.; SCHOFIELD, P. «First-timer versus repeat visitor satisfaction: the case of Orlando, Florida». *Tourism Analysis*, 8 (2004), p. 205-210.

FALZON, J. *The competitive position of mediterranean countries in tourism: evidence from the Thomson brochure*. Malta: Universitat de Malta, 2003.

(FAO) FOOD AND AGRICULTURAL ORGANIZATION. «Forest resource assessment 1990: tropical countries». *Forestry Paper*, 112 (1993).

FARINA, A. *Principles and methods in landscape ecology*. Londres: Chapman & Hall, 1998.

FAVIER, J.; BOUQUET, M. *Europe's e-commerce forecast: 2006 to 2011*. Forrester Research, 2006.

FAYAS, J.A. «Los recursos hídricos de Baleares». *El Campo*, 100 (octubre-diciembre) (1985), p. 15-19.

FAYOS-SOLÁ, E. «Educación y formación en la nueva era del turismo: la visión de la OMT». A: FAYOS-SOLÁ, E. (ed.). *El capital humano en la industria turística del siglo XXI*. Madrid: UNWTO, 1997.

FEDER, G. «On exports and economic growth». *Journal of Development Economics*, 12 (1) (1982), p. 59-73.

FERGUSON, R.F.; LADD, H.F. «Measuring the fiscal capacity of U.S. cities». A: CLYDE, H. (ed.). *Measuring fiscal capacity*. Boston: Oelgeschlager, Gunn & Hain, Publishers inc., 1986, p. 141-168.

FERNÁNDEZ, T. «Derecho, medio ambiente y desarrollo», *Revista Española de Derecho Administrativo*, 24 (1980).

FERNÁNDEZ DE ALARCÓN, R.; MOLINA, M.; FÉLIZ, M. «Comercio electrónico aplicado al turismo». *Telecomunicaciones y desarrollo sostenible*. Madrid: Telefónica de España, 2005.

FERREIRO, J. «Políticas de rentas y reformas laborales en España». *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*, 46 (2003).

FISHER, A.; KRUTILLA, J.V. «Determination of optimal capacity of resource-based recreation facilities». *Natural Resources Journal*, (12) (1972), p. 417-444.

FONT, X.; BUCKLEY, R. *Tourism ecolabelling. Certification and promotion of sustainable management*. Regne Unit: CAB International, 2001.

- FORMAN, R.; GORDON, M. *Landscape Ecology*. Nova York: John Wiley & Sons, 1986.
- FORNÓS, J.J. (ed.). *Aspectes geològics de les Balears*. Palma: Universitat de les Illes Balears, 1998.
- FOX, K. «Marketing mardi gras: commodification, spectacle and the political economy of tourism in New Orleans». *Urban Studies*, 39 (10) (2002).
- FUNDACIÓ GADESO. «Debat ciutadà: quina és l'opinió dels ciutadans de Balears damunt el turisme?». *Quaderns Gadeso*, 62 (2005).
- FUNDACIÓ GADESO. «Debat ciutadà: Opinió sobre el turisme (II)». *Quaderns Gadeso*, 82 (2006).
- FUNDACIÓ GADESO. «Debat ciutadà: Opinió sobre el turisme (III): model turístic obsolet». *Quaderns Gadeso*, 103 (2007).
- GALLARZA, M. G.; GIL, I.; CALDERÓN, H. «Destination image: towards a conceptual framework». *Annals of Tourism Research*, 29 (2002), p. 56-78.
- GARAU, F. «Las inversiones extranjeras en bienes inmuebles en las Islas Baleares. Cuestiones de Derecho comunitario y español» *Revista Jurídica de les Illes Balears*, 5 (2007).
- GARAU, J. *El turismo de reuniones en Balears*. Palma: CAEB, 2006.
- GARCÍA, T.; GARCÍA, J. *The impact of new highways on business location. A microeconomic methodology for Spain*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2007.
- GARCÍA-MILÁ, T.; MCGUIRE, T. «The contribution of publicly provided inputs to states economics». *Regional Science and Urban Economics*, 22 (2) (1992) p. 229-241.
- GARCÍA-MILÁ T.; MCGUIRE, T.; PORTER, R. «The Effect of public capital in state-level production functions reconsidered». *The Review of Economics and Statistics* (1996), p. 177-180.
- GARTNER, W. C. «Temporal influence on image change». *Annals of Tourism Research*, 13 (1986), p. 635-644.
- GARTNER, W. C. «Image and sustainable tourism systems». A: WAHAB, S.; PIGRAM, J. (ed.). *Tourism development and growth: the challenge of sustainability*. Nova York: Routledge, 1997, p. 179-180.
- GEORGESCU-ROEGEN, N. *The entropy law and the economic process*. Cambridge: Harward University Press, 1971.
- GEORGESCU-ROEGEN, N. «¿Qué puede enseñar a los economistas la termodinámica y la biología?». A: AGUILERA, F.; ALCÁNTARA, V. (coord.). *De la economía ambiental a la economía ecológica*. Barcelona: Icaria-Fuhem, 1994, p. 303-319.



GITELSON, R.J.; CROMPTON, J.L. «Insights into the repeat vacation phenomenon». *Annals of Tourism Research*, 11 (1984), p. 199-217.

GLEICK, J. *Chaos: making a new science*. Nova York: Viking, 1987.

GO, F.M.; GOVERS, R. «Integrated quality management for tourist destinations: a european perspective on achieving competitiveness». *Tourism Management*, 21 (2000), p. 79-88.

GÓMEZ, C. «Desarrollo sostenible y gestión eficiente de los recursos naturales». A: AZQUETA, D.; FERREIRO, A. (ed.). *Análisis económico y gestión de los recursos naturales*. Madrid: Alianza Económica, 1994, p. 73-100.

GONZÁLEZ, B.; BARBER, P. «Desigualdades territoriales en el sistema sanitario de salud de España». *Documento de trabajo*, 90 (2006), Fundació Alternativas.

GONZÁLEZ, F. *Ecología y paisaje*. Barcelona: Blume, 1981.

GONZÁLEZ, M.; LEÓN, C.J.; PADRÓN, N. «Obsolescencia y políticas de renovación medioambiental en el sector turístico». *Cuadernos Económicos del ICE*, 71 (2006) p. 153-176.

GONZÁLEZ, P. *Las TIC y el sector turístico. Nuevos procesos de intermediación*. Vigo: Escola Superior de Turismo Welton, 2007.

GONZÁLEZ, P. *Las TIC y el sector turístico. Nuevos procesos de intermediación*. Document presentat al XI Congrés de Turisme, Universitat i Empresa: innovació, creativitat i nous models de gestió en turisme. Universitat Jaume I. Castelló: abril 2008.

GOÑI, R.; COLL, J. *Les reserves marines a les Balears*. Palma: Conselleria d'Agricultura i Pesca i "SA NOSTRA", Caixa de Balears, 2003.

GOOROOCHURN, N.; SUGIYARTO, G. «Competitiveness indicators in the travel and tourism industry». *Tourism Economics*, 11 (1) (2005), p. 25-43.

GORDON, R.J. «Does the new economy measure up the great inventions of the past?». *Journal of Economic Perspectives*, 14 (4) (2000), p. 49-74.

GORDON, R.J. «Hi-tech innovation and productivity growth: does supply create its own demand?». *NBER Working Paper*, 9437 (2003).

GOTTMANN, J. «Is there a geography of services?». A: GOTTMAN, J. *The coming of transactional city*. Maryland: Institute for Urban Studies, Universitat de Maryland, 1983, p. 59-80.

GOVERN DE LES ILLES BALEARS. *Tablas Input-Output de la comunidad autónoma de las Islas Baleares*. Palma: Direcció General d'Economia, 1988.

GOVERN DE LES ILLES BALEARS. *Anàlisi i Diagnòstic. DOT. Directrius d'Ordenació Territorial. Cap a un desenvolupament sostenible del territori*. Palma: Conselleria de Medi Ambient, Ordenació del Territori i Litoral. Govern de les Illes Balears, 1997.

GOVERN DE LES ILLES BALEARS. *IMPACTUR 2006. Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo: resumen de los principales efectos e indicadores*. Palma: Govern de les Illes Balears, 2008.

GOVERN DE LES ILLES BALEARS. *Marc Input/Output de les Illes Balears 2004 i de Mallorca, Menorca i Eivissa-Formentera*. Palma: Conselleria d'Economia, Hisenda i Innovació, 2007.

GOVERN DE LES ILLES BALEARS. *Propuesta del plan hidrológico de la demarcación de Baleares. Memoria*. Palma: Conselleria de Medi Ambient, 2005.

GRAY, H. «The contributions of economics to tourism». *Annals of Tourism Research*, 9 (1982), p. 105-125.

GRIMAL, X.; RIERA, A.; RIPOLL, A. «Palma, espai clau de desenvolupament regional». A: Riera, A. (dir.). *Informe econòmic i social de les Illes Balears 2005*. Palma: "SA NOSTRA", Caixa de Balears, 2006, p. 185-195.

GRÖNROOS, C. *Marketing y gestión de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, 1994.

GROSSMAN, G.; KRUEGER, A. «Economic growth and the environment». *Quarterly Journal of Economics*, 110 (2) (1995), p. 353-377.

GRUJER, U. «Waste M<sub>i</sub>minimization. A major concern for the chemical industry». *Water Science and Technology*, 24 (12) (1991), p. 43-56.

GUNN, C. «Report of Tourism – Environment Study Panel». *Destination USA*, 5 (1973), p. 25-34.

HALLOWELL, R. «The relationship of customer satisfaction, customer loyalty, profitability: an empirical study». *International Journal of Service Industry Management*, 7 (4) (1996), p. 27-42.

HANNAM, K. «Tourism and development I: globalisation and power». *Progress in Development Studies*, 2 (3) (2002), p. 227-234.

HARTWICK, J.M. «Intergenerational equity and the investing of rents from exhaustible resources». *American economic Review*, 67 (1977), p. 972-974.

HASSAN, S. «Determinants of market competitiveness in a environmentally sustainable tourism industry». *Journal of Travel Research*, 38 (3) (2000), p. 239-245.

HELPMAN, E.; KRUGMAN, P. *Market structure and foreign trade*. Cambridge: MIT Press, 1985.

HENDERSON, J. *Urban development: theory, fact and illusion*. Regne Unit: Oxford University Press, 1988.

- HERBERT, D. «Literary places, tourism and the heritage experience». *Annals of Tourism Research*, 28 (2) (2001), p. 312-333.
- (HLG) HIGH LEVEL GROUP ON TRANSPORT INFRASTRUCTURE CHARGING. *Calculating transport congestion and scarcity costs*. Brussel·les: Comissió Europea, maig 1999.
- HODGE, J.; WEEKS, K. *The economics of telecommunications*, 2006.
- HOLDEN, A. *Environment and tourism*. Nova York: Routledge, 2000.
- HOLLOWAY, J.C. *The business of tourism*. Londres: Pitman, 1994.
- HOLTZ-EAKIN, D. «Public sector capital and the productivity puzzle». *Review of Economics and Statistics*, 76 (1) (1994), p. 12-21.
- HSIEH, A.; CHANG, J. «Shopping and tourist night markets in Taiwan». *Tourism Management*, 27 (1) (2006), p. 138-145.
- HULTEN, C.R.; SCHWAB, R.M. *Endogenous growth, public capital and the convergence of regional manufacturing industries*. *NBER Working Paper*, 4538 (1993).
- HUNT, J.D. «Image as a factor in tourism development». *Journal of Travel Research*, 13 (1975), p. 1-7.
- HYUN, K.; MING-HSIANG, C.; SOOCHEONG, S.J. «Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan». *Tourism Management*, 27 (5) (2006), p. 925-933.
- (IATA) INTERNATIONAL AIR TRANSPORT ASSOCIATION. «Passenger and freight forecasts 2007 to 2011». *IATA Economic Briefing*, octubre 2007.
- (IBATUR) INSTITUT BALEAR DEL TURISME. *Resumen del Plan de marketing turístico 1991-1993*. Palma: Conselleria de Turisme, 1991.
- (IBATUR) INSTITUT BALEAR DEL TURISME. *Pla de marques*. Palma: Conselleria de Turisme, 2002.
- (IBATUR) INSTITUT BALEAR DEL TURISME. *Plan de marketing turístico 2001-2005*. Palma: Conselleria de Turisme, 2002.
- IMD WORLD COMPETITIVENESS CENTER (IMD). *IMD World competitiveness yearbook 2005*. Ginebra: IMD, 2005.
- (ICOMOS) INTERNATIONAL COUNCIL ON MONUMENTS AND SITES. «Carta de turismo cultural». *Seminario Internacional de Turismo Contemporáneo y Humanismo*. Brussel·les: ICOMOS, 1976.
- (IET) INSTITUT D'ESTUDIS TURÍSTICS. *El turismo español en cifras 2006*. Madrid: IET, 2007.

(IGME) INSTITUT GEOLÒGIC I MINER D'ESPANYA. *Calidad y contaminación de las aguas subterráneas en España*. Madrid: IGME, 1985.

(INE) INSTITUT NACIONAL D'ESTADÍSTICA. *Censo de población y viviendas 2001*. Madrid: INE, 2001.

INKLAAR, R.; TIMMER, M.P.; VAN ARK, B. «Mind the gap! International comparisons of productivity in services and goods production». *German Economic Review*, 8 (2) (2007), p. 281-307.

(IPCC) INTERGOVERNMENTAL PANEL IN CLIMATE CHANGE. *The Intergovernmental Panel on Climate Change fourth assessment report*. Regne Unit: Cambridge University Press, 2007.

(IUCN) INTERNATIONAL UNION FOR CONSERVATION OF NATURE. *Economic values of protected areas: guidelines for protected area managers*. Suïssa: IUCN, 1998.

(IUCN) INTERNATIONAL UNION FOR CONSERVATION OF NATURE. *Financing protected areas: guidelines for protected area managers*. Suïssa: IUCN, 2000.

JACOB, M.; GROIZARD, J.L. «Technology transfer and multinationals: The case of Balearic hotel chains' investments in two developing economies». *Tourism Management*, 28 (2007), p. 976-992.

JACOB, M.; TINTORÉ, J.; SIMONET, R.; AGUILÓ, E. «Pautas de innovación en el sector turístico balear». *Estudios*, 25 (2004), Fundació Cotec.

JACOBY, J.; CHESTNUT, R.W. *Brand loyalty: measurement and management*. Nova York: John Wiley, 1978.

JONES, L.E.; MANUELLI, R.E. «A positive model of growth and pollution controls». *NBER Working Paper*, 5205 (1995).

JORGENSEN, D.W. *Economic growth in the information age: econometrics*. Cambridge, Massachussets: MIT Press, 2002.

JORGENSEN, D.W. «Information technology and the US economy». *American Economic Review*, 91 (1) (2007), p. 1-32.

JORGENSEN, D.W.; STIROH, K.J. «Raising the speed limit: US economic growth in the information age'». *Brookings Papers on Economic Activity*, 1 (2007), p. 125-211.

JUANEDA, C.N. «Análisis de las interdependencias y encadenamientos sectoriales de la economía balear». *Economía de las Comunidades Autónomas*, 8 (1990), FUNCAS.

JUANEDA, C.N. «Estimating the probability of return visits using a survey of tourist expenditure in the Balearic Islands». *Tourism Economics*, 2 (4) (1996), p. 339-352.

JUTLA, R.S. «Visual image of the city: tourists' versus residents' perceptions of Simla, a hill station in northern India». *Tourism Geographies*, 2 (4) (2000), p. 404-420.

KARL, T. *The paradox of plenty: oil booms and petro states*. Berkeley: University of California Press, 1997.

KAUFMAN, R. «A biophysical analysis of energy/real GDP ratios». *Ecological Economics*, 6 (1) (1992), p. 35-56.

KAVOUSSI, R. «Export expansion and economic growth: further empirical evidence». *Journal of Development Economics*, 14 (1984), p. 241-250.

KAYA, Y.; YOKOBORI, K. *Environment, energy and economy: strategies for sustainability*. Tòquio: The United Nations University, 1997.

KEANE, M.J. «Quality and pricing in tourism destinations». *Annals of Tourism Research*, 24 (1) (1997), p. 117-130.

KIM, S.; LITRELL, A.M. «Souvenir buying intentions for self versus others». *Annals of Tourism Research*, 28 (3) (2001), p. 638-657.

KOTLER, P. *Dirección de marketing*. Madrid: Prentice Hall, 2006.

KOTLER, P.; BOWEN, J.; MAKENS, C. *Marketing for hospitality and tourism*. Nova Jersey: Prentice Hall, 2003.

KOZAK, M. «Destination competitiveness measurement: analysis of effective factors and indicators». *ERSA Conference Papers*, 289 (1999).

KOZAK, M. «Repeaters' behavior at two distinct destinations». *Annals of Tourism Research*, 28 (3) (2001), p. 784-807.

KOZAK, M. «Measuring tourist satisfaction with multiple destination attributes». *Tourism Analysis*, 7 (2003), p. 229-240.

KOZAK, M.; RIMMINGTON, M. «Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings». *Hospitality Management*, 12 (1999), p. 273-283.

KOZAK, M.; RIMMINGTON, M. «Tourist satisfaction with Mallorca (Spain) as an off-season holiday destination». *Journal of Travel Research*, 38 (3) (2000), p. 260-269.

KRUEGER, A. «Trade policy as an input to development». *American Economic Review*, 70 (1980), p. 188-192.

KRUGMAN, P. «Increasing returns and economic geography». *Journal of Political Economy*, 99 (1991), p. 433-499.

- KRUGMAN, P. «Making sense of the competitiveness debate». *Oxford Review of Economic Policy*, 12 (3), (1996).
- LAARMAN, J.G.; GREGERSEN, H.M. «Pricing policy in nature-based tourism». *Tourism Management*, (17) (1996), p. 247-254.
- LADD, H.F.; RESCHOVSKY, A.; YINGER, J. *Measuring the fiscal condition of cities in Minnesota, final report*. Preparat per a la Minnesota Legislative Commission on Planning and Fiscal Policy, 1991.
- LADD, H.F.; YINGER, J. *America's ailing cities: fiscal health and the design of urban policy*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1989.
- LANQUAR, R. *Le futur des industries du voyage*. Conferència duita a terme a la Université de Tous les Savoirs. París: gener 2006.
- LASH, S.; URRY, J. *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires: Amorrortu, 1994.
- LEE, C.; BACKMAN, K.F.; BACKMAN, S.J. *Understanding antecedents of repeat visitation and tourists' loyalty to a resort destination*. TTRA Annual Conference Proceedings, 1997, p. 11-20.
- LIM, C.; MCALEER, M. «Monthly seasonal variations: Asian tourism to Australia». *Annals of Tourism Research*, 28 (1) (2001), p. 68-82.
- LINDBERG, K.; ANDERSON, T.D.; DELLAERT, B. «Tourism development. Assessing social gains and losses». *Annals of Tourism Research*, 4 (28) (2001), p. 1010-1030.
- LINDBERG, K.; JOHNSON, R. «The economic values of tourism's social impacts». *Annals of Tourism Research*, 2 (24) (1997), p. 402-424.
- LIU, Z.; JENKINS, C.L. «Country size and tourism development: cross-nation analysis». A: BRIGLILO, L.; ARCHER, B.; JAFARI, J.; WALL, G. (ed.). *Sustainable tourism in islands and small states: issues and policies*. Londres: Pinter, 1996, p. 90-117.
- LOHMAN, M. «New demand factors in tourism». Article presentat al Fòrum Europeu de Turisme. Budapest: octubre 2004.
- LUÍS, J.; MARTÍNEZ, A.; RIERA, M.; RUIZ, M. «Una ordenació territorial des del paisatge». *Quaderns d'arquitectura i urbanisme*, 254 (2007), p. 154-158.
- LUNDTORP, S. «Measuring tourism seasonality». A: BAUM, T.; LUNDTORP, S. (ed.). *Seasonality in tourism*. Oxford: Pergamon, 2001, p. 23-50.
- MACCANNELL, D. *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Madrid: Melusina, 2003.

- MADER H.J. «Animal habitat isolation by roads and agricultural fields». *Biological Conservation*, 29 (1) (1984), p. 81-96.
- MAJÓ, J.; GALÍ, N. *Internet en la información turística*. Document presentat al IV Congrés nacional de turisme i noves tecnologies de la informació i les comunicacions – TuriTec. Màlaga: 2002.
- MALO DE MOLINA, J.L. «Una larga fase de expansión de la economía española». *Documentos ocasionales*, 0505 (2005), Banc d'Espanya.
- MALTHUS, T.R. *An essay on the principle of population*. Regne Unit: Oxford University Press, 1993.
- MANKIW, N.G.; ROMER, P.; WEIL, D. «A contribution to empirics of economic growth». *Quarterly Journal of Economics*, 107 (1992), p. 407-437.
- MARCUSSEN, C. *Trends in european Internet distribution – Travel and tourism services*. Dinamarca: Centre for Regional and Tourism Research, 22 de maig de 2007.
- MARÍ, S.; GALLOFRÉ, A.; FULLANA, A. *La població estacional a Menorca i la seva relació amb la generació de residus sòlids urbans*. Treball presentat a les IV Jornades del Medi Ambient de les Illes Balears, 2004.
- MARTÍNEZ, A.; MUNAR, P.A.; VERDERA, B. *Derecho privado del turismo. Estudio jurisprudencia*. Pamplona: Aranzadi, 2008.
- MAS, L.; BLÁZQUEZ, M. «Anàlisi de la freqüentació d'ús a les platges i estudi de paràmetres de sostenibilitat associats». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 45 (2005), p. 15-40.
- MAS, M.; MAUDOS, J.; PÉREZ, F.; URIEL, E. «Infrastructures and productivity in the spanish regions». *Regional Studies*, 30 (7) (1996), p. 641-649.
- MASTNY, L. «Traveling light: new paths for international tourism». *Worldwatch Paper*, 159 (2001).
- MATA, R.; SANZ, C. *Atlas de los paisajes de España*. Madrid: Ministeri de Medi Ambient, 2003.
- MATEU, J.; RIERA, A. «Un indicador diari de pressió humana per a les Balears». *Monogràfics CRE*, 009 (2006).
- MAYOL, J.; GRAU, A.; RIERA, F.I.; OLIVER, J. «Llibre vermell dels peixos de les Balears». *Documents tècnics de conservació*, II època, núm. 7. Palma: Conselleria de Medi Ambient, 2000.
- MAYOL, J.; JURADO, J.C.; MONTANER, J.C.; MUNTANER, J. «Tendències demogràfiques de l'avifauna de les Balears del 1975 al 2000». *Anuari ornitològic de les Balears*, 17 (2002), p. 21-29.
- MAYOL, J.; RAYÓ, M. *Aportació a la Història de la Defensa del Medi Ambient a les Balears*. Palma: "SA NOSTRA", Caixa de Balears, 1998, p. 140-157.

MAZURSKY, D. «Past experience and future tourism decisions». *Annals of Tourism Research*, 16 (3) (1989), p. 333-344.

MCKINNON, R. «Foreign exchange constraints in economic development and efficient aid allocation». *Economic Journal*, 74 (1964), p. 388-409.

MEADOWS, D.H.; MEADOWS, D.L.; RANDERS, J. *The limits of growth and beyond*. Estats Units d'Amèrica: Chelsea Green Publishing Company, 1992.

MEADOWS, D.H.; MEADOWS, D.L.; RANDERS, J.; BEHRENS, W.W. *The limits of growth*. Nova York: Universe Books, 1972.

MEJÍAS, R.; AMENGUAL, J. «Llibre vermell dels vertebrats de les Balears». *Documents tècnics de conservació*, II època, núm. 8. Palma: Conselleria de Medi Ambient, 2000.

MIHALIC, T. «Environmental management of a tourist destination. A factor of tourism competitiveness». *Tourism Management*, (21) (2000), p. 65-78.

MILAZZO, M.; CHEMELLO, R.; BADALAMENTI, F.; CAMARDA, R.; RIGGIO, S. «The impact of human recreational activities in marine protected areas: what lessons should be learnt in the Mediterranean sea?». *Marine Ecology*, 23 (2002), p. 280-290.

MINCER, J.C. *Schooling, experience and earnings*. Nova York: Columbia University Press, 1974.

MINISTERI DE MEDI AMBIENT. *El agua en la economía española: situación y perspectivas*. Madrid: Ministeri de Medi Ambient, 2006.

MIQUEL, A. *El campo en la cabeza. La pervivencia del agrarismo en la construcción de la identidad*. Madrid: La Catarata, 2000.

MMOPELWA, G.; KGATHI, D.L., MOLEFHE, L. «Tourists' perceptions and their willingness to pay for park fees: A case study of self-drive tourists and clients for mobile tour operators in Moremi Game Reserve, Botswana». *Tourism Management*, 28 (4) (2007), p. 1044-1056.

MONASTERIO, C.; SUÁREZ-PANDIELLO, J. *Manual de hacienda autonómica y local*. Barcelona: Ariel Economía, 1998.

MONFORT, V.M. *Competitividad y factores críticos de éxito en los destinos turísticos mediterráneos: Benidorm y Peñíscola*. València: Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales de la Universitat de València, 1999. Tesi doctoral.

MONFORT, V.M. *Competitividad y factores críticos en la hostelería de litoral*. Madrid: FITUR, 2000.



MONREAL, E. *Régimen jurídico de las horas extraordinarias*. Madrid: Edersa, 1999.

MORAN, D. «Contingent valuation and biodiversity: measuring the user surplus of Kenyan protected areas». *Biodiversity and Conservation*, 3 (8) (1994), p. 663-684.

MORANT, A.; MONFORT, V.; IVARS, J. «Oferta turística». A: PEDREÑO, A.; MONFORT, V.M. *Introducción a la economía del turismo en España*. Madrid: Civitas, 1996.

MOREY, M. «Paisatge». A: AGUILÓ, E. (coord.). *Llibre blanc del turisme a les Balears*. Vol. I. Palma: Govern de les Illes Balears i Universitat de les Illes Balears, 1987, p. 211-235.

MOREY, R.; DITTMANN, D. «Evaluating a hotel GM's performance: A Case Study in Benchmarking». *Cornell Hotel Restaurant and Administration Quarterly*, 36 (5) (1995), p. 30-35.

MOUTINHO, L. «Consumer behaviour in tourism». *European Journal of Marketing*, 21 (10) (1987), p. 5-44.

MOUTINHO, L.; TRIMBLE, J. «A probability of revisitation model: the case of winter visits to the Grand Canyon». *The Service Industrial Journal*, 11 (4) (1991), p. 439-457.

MOWFORTH, M.; MUNT, I. *Tourism and sustainability. New tourism in the 3rd world*. Londres: Routledge, 2003.

MOYAUDITORIA. *Balears Empresarial IV. Análisis económico-financiero de las principales empresas de las Islas Baleares por sectores de actividad 1998-2004*. Palma: Moyá Auditoría Balear, S.L., 2007.

MUNAR, J. *Règim jurídic urbanístic del sòl rústic de les Illes Balears*. Palma: Institut d'Estudis Autònoms, 2005.

MUNAR, P.A. *La regulación española de la «multipropiedad». La Ley de derechos de aprovechamiento por turnos de bienes inmuebles de uso turístico y normas tributarias*. Pamplona: Aranzadi, 2003.

MUNNELL, A. «How does public infrastructure affect regional economic performance?». *New England Economic Review*, setembre-octubre (1990), p. 11-32.

MURPHY, P. «Tourism as a community industry». *Tourism Management*, 4 (3) (1983), p. 180-193.

MURPHY, P. *Tourism: a community approach*. Londres: Routledge, 1985.

MURPHY, P. «Community driven tourism planning». *Tourism Management*, 9 (2) (1988), p. 96-104.

MURPHY, P.; PRITCHARD, M.P.; SMITH, B. «The destination product and its impact on traveller perceptions». *Tourism Management*, 21 (2000), p. 43-52.

MUSGRAVE, R.A. *The theory of public finance: a study in political economy*. Nova York: MacGraw-Hill, 1959.

NEGROPONTE, N. «Beyond digital». *Wired*, 6 (12) (1998).

NEVES-SEQUEIRA, T.; CAMPOS, C. «International tourism and economic growth: A panel data approach». *Nota di Lavoro*, 141, 2005. Fundació Eni Enrico Mattei.

NEWMAYER, E. *Weak versus strong sustainability. Exploring the limits of two opposing paradigms*. Cheltenham: Edward Elgar, 1999.

NIININEN, O.; RILEY, M. «Towards the conceptualisation of tourism destination loyalty». *Tourism Analysis*, 8 (2003), p. 234-246.

NOGUÉ, J. «Paisaje y turismo». *Estudios Turísticos*, 103 (1989), p. 35-45.

NOGUÉ, J. «Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio». *Estudios Turísticos*, 115 (1992), p. 45-54.

NORDHAUS, W.D. «Lethal model 2: the limits of growth revisited». *Brooking Papers on Economic Activity*, 2 (1992), p. 1-59.

(OCDE) ORGANITZACIÓ PER A LA COOPERACIÓ I EL DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC. *The impact of tourism on the environment*. París: OCDE, 1980.

OHLIN, B. *Interregional and International Trade*. Cambridge: Harvard University Press, 1993.

OLINER, S.D.; SICHEL, D.E. «The resurgence of growth in the late 1990s: is information technology the story?». *Journal of Economic Perspectives*, 14 (4) (2000), p. 3-22.

O'MAHONY, M.; VECCHI, M. «Quantifying the impact of ICT capital on output growth: a heterogeneous dynamic panel approach». *Economica*, 72 (2005), p. 615-633.

(ONU) ORGANITZACIÓ DE LES NACIONS UNIDES. «Recomendaciones sobre estadísticas de turismo». *Informes estadísticos*, sèrie M (83), ONU, 2000.

OPPERMANN, M. «Destination threshold potential and the law of repeat visitation». *Journal of Travel Research*, 37 (2) (1998), p. 131-137.

OPPERMANN, M. «Predicting destination choice - a discussion of destination loyalty». *Journal of Vacation Marketing*, 5 (1) (1999), p. 51-65.

OPPERMANN, M. «Tourism destination loyalty». *Journal of Travel Research*, 39 (1) (2000), p. 78-84

O'REILLY, A.M. «Tourism carrying capacity». A: MEDLIK, S. (ed.). *Managing Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1991, p. 301-306.

ORFILA-SINTES, F. «Innovation activity in the hotel industry: evidence from Balearic Islands». *Tourism Management*, 26 (2005), p. 851-865.

ORTER, M.; MILLAR, V. «How information gives you competitive advantage». *Harvard Business Review*, 63 (4) (1985), p. 149-160.

PALMER, T. *Turismo y políticas ambientales. Consideraciones para la economía balear*. Palma: Universitat de les Illes Balears, 2004. Tesi doctoral inèdita.

PALMER, T.; RIERA, A. «Fiscalidad sobre el transporte rodado: una revisión crítica de su efectividad internalizadora». *Hacienda Pública Española*, 2 (173) (2005), p. 165-191.

PALMER, T.; RIERA, A.; ROSSELLÓ, J. «Taxing tourism rental cars in Mallorca (Spain)». *Tourism Management*, 1 (28) (2007), p. 271-279.

PANAYATOU, T. «Empirical test and policy analysis of environmental degradation at different stages of economic development». *Working Paper 238* (1993), International Labour Office.

PAREJO, L.; JIMÉNEZ-BLANCO, A.; ORTEGA, L. *Manual de derecho administrativo*. Barcelona: Ariel, 1998.

PARRA, E.; MELCHIOR, M.; RAMOS, A. «Análisis e impacto de los touroperadores y las agencias de viajes en el transporte turístico: nuevas tendencias en Canarias». *Revista de turismo y patrimonio cultural*, 1 (2) (2003), p. 217-229.

PAYERAS, M.; SASTRE, F. «El multiplicador turístico: su aplicación a la economía balear». *Papers de Turisme*, 16 (1994), p. 15-29.

PEARCE, D.W.; TURNER, R.K. *Economics of natural resources and the environment*. Nova York: Harvester Wheatsheaf, 1990.

PEPPARD, J. *IT Strategy for business*. Londres: Pitman, 1993.

PETRICK, J.F. «Are loyal visitors desired visitors?». *Tourism Management*, 25 (4) (2004), p. 463-470.

PEZZEY, J. «Economic analysis of sustainable growth and sustainable development». *World Bank Environment Department Working Paper*, 15, 1989.

PHELPS, A. «Holiday destination image - the problem of assessment: an example developed in Menorca». *Tourism Management*, 7 (3) (1986), p. 168-180.

PICORNELL, C. *Turisme i territori a les Illes Balears*. Palma: Universitat de les Illes Balears, 1989. Tesi doctoral inèdita.

- PICORNELL, C. «Els impactes del turisme». *Turisme, societat i economia a les Illes Balears*. Palma: Fundació Emili Darder, 1994.
- PICORNELL, C. «Les Illes Balears: de societat preturística a societat turística». A: MARCH, J.F. (coord.). *Tercer llibre de lectures mallorquines*. Palma: Editorial Moll, 2004.
- PIGRAM, J. «Environmental implications of tourism development». *Annals of Tourism Research*, 4 (7) (1980), p. 555-583.
- PIMENTEL, D.; HURD, L.E.; BELLOTTI, A.C.; FORSTER, M.J.; OKA, I.N.; SHOLES, O.D.; WHITMAN, R.J. «Food production and the energy crisis». *Science*, 182 (1973), p. 443-449.
- PIZAM, A.; NEUMANN, Y.; REICHEL, A. «Dimensions of tourist satisfaction area». *Annals of Tourism Research*, 5 (1978), p. 314-322.
- PIZANO, O. *Patrimoni cultural y turismo*. Document presentat al Seminari Iberoamericà de Turisme, Cultura i Desenvolupament de l'Organització d'Estats Iberoamericans. Cartagena de Indias: octubre 2006.
- POLO, C.; VALLE, E. «Un análisis input-output de la economía balear». *Estadística Española*, 151 (2002), p. 393-444.
- POLO, C.; VALLE, E. «An assessment of the impact of tourism in the Balearic Islands». *Tourism Economics*, 14 (3) (2008), p. 615-630.
- PONS, G. «Llista vermella de la fauna cavernícola de les Illes Balears». *Documents tècnics de conservació*, núm. 10. Palma: Conselleria d'Agricultura i Pesca, 1991a.
- PONS, G. «Llista vermella dels odonats i ropalòcers de les Illes Balears». *Documents tècnics de Conservació*, núm. 11. Palma: Conselleria d'Agricultura i Pesca, 1991b.
- PONS, G. «Llista vermella dels aranèids de les Illes Balears». *Documents tècnics de conservació*, núm. 12. Palma: Conselleria d'Agricultura i Pesca, 1991c.
- PONS, G. «Llista vermella dels mol·luscs terrestres i d'aigua dolça de les Illes Balears». *Documents tècnics de Conservació*, núm. 13. Palma: Conselleria d'Agricultura i Pesca, 1992.
- PORTER, M.E. «Technology and competitive advantage». *The Journal of Business Strategy*, 3 (5) (1985), p. 60-70.
- PORTER, M.E. *La ventaja competitiva de las naciones*. Barcelona: Plaza & Janés Editores, 1991.
- PORTER, M.E. «Enhancing the microeconomic foundations of prosperity: the current competitiveness index». A: WORLD ECONOMIC FORUM (WEF). *The global competitiveness report 2001-2002*. Nova York: WEF, 2002.

POU, V. «La cuestión autonómica de nuevo a debate». *Análisis Local*, 57 (2004), p. 21-36.

PRICEWATERHOUSECOOPERS *Estudio sobre el programa de vacaciones para mayores del IMSERSO*. Madrid: Mundosenior, 2004.

PRITCHARD, M.P. «The attitudinal and behavioural consequences of destination performance». *Tourism Analysis*, 8 (2003), p. 61-73.

PRITCHARD, M.P.; HOWARD, D.R. «The loyal traveler: examining a typology of service patronage». *Journal of Travel Research*, 35 (4) (1997), p. 2-10.

PUIGSERVER, M.; RAMON, G.; MOYA, G. «Spatial and temporal distribution of phytoplankton in a mediterranean estuarine canal system». *Journal of Coastal Research*, 18 (2002), p. 31-59.

RAM, R. «Exports and economic growth in developing countries: evidence from time series and cross-section data». *Economic Development and Cultural Change*, 36 (1) (1987), p. 51-72.

RAMOS, V.; REY-MAQUIEIRA, J.; TUGORES, M. «The role of training for changing an economy specialized in tourism». *International Journal of Manpower*, 25 (1) (2004), p. 55-72.

RAWLS, J. *A theory of justice*. Massachusetts: Harvard University Press, 1971.

RAYMOND, J. LL.; ROIG, J.L. «Una proposta d'avaluació de les externalitats de capital humà a l'empresa». *Nota d'economia*, 89 (2007), p. 57-68, Departament d'Economia i Finances de la Generalitat de Catalunya.

REIG, E. (dir.); PALUZIE, E.; PONS, J.; QUESADA, J.; ROBLEDO, J.C.; TIRADO, D.A. *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones españolas*. Madrid: Fundació BBVA, 2007.

REISER, D. «Globalisation: an old phenomenon that needs to be rediscovered for tourism?». *Tourism and Hospitality Research: the Surrey Quarterly Review*, 4 (3) (2003), p. 306-320.

RENSHAW, M.B. *The travel Agent*. Regne Unit: Business Education Publishers Ltd, 1997.

RIERA, A. «Mass Tourism and the Demand for Protected Natural Areas: A Travel Cost Approach». *Journal of Environmental Economics and Management*, 39 (1) (2000), p. 97-116.

RIERA, A.; MATEU, J.; RIPOLL A.; CAPÓ, J. «Medición de la eficiencia hotelera. Análisis y factores clave». *Document de Treball del CRE*, 2006/5 (2006).

RITCHIE, J.R.B.; CROUCH, G.I. «The competitive destination: a sustainability perspective». *Tourism Management*, 21 (2000), p. 1-7.

RITTER, M. «La complejidad de las organizaciones en el mundo globalizado y el mero rol del dircom». A: COSTA, J. (ed.). *Dircom, estrategia de la complejidad*. València: Universitat de València, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I de Castelló i Universitat Pompeu Fabra, 2009.

RIVAS S.; COSTA, M. «Las Baleares». A: PEINADO, M.; RIVAS, S. (ed.). *La vegetación de España*. Alcalá de Henares: Universitat d'Alcalá de Henares, 1987, p. 489-513.

RIVAS, S.; COSTA, M.; SORIANO, P.; PÉREZ, M.R.; LLORENS, L.; ROSSELLÓ, J. «Datos sobre el paisaje vegetal de Mallorca e Ibiza (Islas Baleares, España)». *Itinera Geob*, 6 (1992), p. 5-98.

RODRÍGUEZ, P. *Los andaluces y el turismo. Percepción social del turismo en Andalucía*. Còrdova: Institut d'Estudis Socials Avançats, 2007.

ROIG, F.X. «Identificación de variables útiles para la clasificación y gestión de calas y playas. El caso de la isla de Menorca (Islas Baleares)». *Boletín AGE*, 35 (2003a), p. 175-190.

ROIG, F.X. «Análisis de la frecuentación de turismo náutico-recreativo del medio marino de la isla de Menorca. Consecuencias ambientales de su falta de regulación». *Cuadernos Geográficos*, 33 (2003b), p. 61-73.

ROIG, F.X. «Análisis y consecuencias de la modificación artificial del perfil playa-duna provocado por el efecto mecánico de su limpieza». *Investigaciones Geográficas*, 33, (2004), p. 87-103.

ROIG, F.X., COMAS, E. *Propuesta de un modelo de clasificación para las playas de las islas baleares mediante el análisis de variables de uso, estado y gestión*. Menorca: Departament de Reserva de Biosfera i Medi Ambient del Consell Insular de Menorca, 2005.

ROSSELLÓ, J.; RIERA, A.; CAPO, J. «The Contributions of Economic Analyses to Tourism: A Survey». A: TERRY, L. (ed.). *Tourism management: new research*. Nova York: Nova Science Publishers, 2006, p. 149-178.

ROSSELLÓ, J.; RIERA, A.; SANSÓ, A. «The economic determinants of seasonal patterns». *Annals of Tourism Research*, 31 (3) (2004), p. 697-711.

ROSSELLÓ, V.M. *Les Illes Balears. Resum geogràfic*. Barcelona: Barcino, 1977.

ROSSELLÓ, V.M. *Les illes redescobertes: Mallorca, Menorca, Eivissa i Formentera*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2006.

ROTLAN, E.; SOY, A. «El papel de las ciudades en el desarrollo regional. El caso español». *Papeles de Economía Española*, 55 (1993), p. 60-81, FUNCAS.

RULLAN, O. «Crecimiento y política territorial en las Islas Baleares». *Estudios Geográficos*, 236 (1999), p. 403-441.

RULLAN, O. «Similitudes paisajísticas y funcionamiento regional del archipiélago balear». *Boletín de la A.G.E.*, 32 (2001), p. 127-153.

RULLAN, O. *La construcció territorial de Mallorca*. Palma: Moll, 2002.

RULLAN, O. «Edificis aïllats o residències? Àrees singulars o regions úniques? 'Booms' o desenvolupaments? Espai rural o sòl rústic?». *Scripta Nova*, XI (232) (2007).

RYAN, B.; BLOMS, J.; HOVLAND, J.; SCHELER, D. *Tourism and retail development: attracting tourists to local businesses*. Wisconsin: Center for Community Economic Development, 1999.

RYAN, C.; HUYTON, J. «Aboriginal tourism. A linear structural relations analysis of domestic and international tourism demand». *International Journal of Tourism Research*, 2 (1) (2000), p. 1-15.

SACHS, J.; WARNER, A. «Natural resource abundance and economic growth». *NBER Working Paper*, 5398 (1995).

SÁEZ, L.; ROSSELLÓ, J.A. «Llibre vermell de la flora vascular de les Balears». *Documents tècnics de conservació*, II època, núm. 9. Palma: Conselleria de Medi Ambient, 2001.

SALAZAR, N.B. «Más allá de la globalización: La 'glocalización' del turismo». *Política y Sociedad*, 42 (1) (2005).

SAMUELSON, P. «International factor price equalization once again». *Economic Journal*, 59 (1948), p. 163-184.

SAMUELSON, P. «International trade and the equalization of factor prices». *Economic Journal*, 58 (1949), p. 181-196.

SÁNCHEZ, M. «Población local: protagonista de la difusión del patrimonio cultural». *Norba-Arte*, 24 (2004), p. 189-200.

SANTANA, M.A. «Turismo fordista y postfordista. Una primera aproximación a la operativización de conceptos». A: LATIESA, M.; ÁLVAREZ, A. (ed.). *El turismo en la sociedad contemporánea: diversificación, competitividad y desarrollo*. Granada: Urbano, 2000, p. 93-110.

SANTOS, G.; FRASER, G. «Road pricing: lessons from London». *Economic Policy*, 21 (46) (2006), p. 236-310.

SAPIR, A.; LUTZ, E. «Trade in services: economic determinants and development related issues». *World Bank Staff Working Paper*, 480 (1981).

SARD, M. «El mercado de los tour operadores: implicaciones de un análisis de los precios de los paquetes turísticos para el turismo alemán y británico en Baleares». Palma: Universitat de les Illes Balears, 2006. Tesi doctoral inèdita.

SASTRE, F.; SERRA, A. (dir.). *Uso, necesidad e impacto de la información turística multimedia de las Illes Balears en Internet*. Palma: Fundació IBIT, 2007.

SATTOUT, E.J.; TALHOUK, S.N.; CALIGARI, P.D.S. «Economic value of cedar relics in Lebanon: an application of contingent valuation method for conservation». *Ecological Economics*, 61 (2-3) (2007), p. 315-322.

SCHMITT, T. «Degradació de la vegetació psamòfila de Mallorca». *Butlletí de la Societat d'Història Natural de les Balears*, 37 (1994), p. 151-174.

SCHMITT, T. «Turisme i canvis del paisatge a Mallorca, Illes Balears», *Butlletí de Geografia Aplicada*, 3-4 (2001-2002), p. 9-17.

SCHUMPETER, A. *The Theory of Economic Development*. Nova Jersey: Transaction Publishers, 1983.

SCOTT, D. «El canvi climàtic i el futur del turisme». A: RIERA, A. (dir.). *Informe econòmic i social de les Illes Balears 2007*. Palma: "SA NOSTRA", Caixa de Balears, 2008, p. 109-120.

SCOTT, D.; AMELUNG, B.; BECKEN, S. *Advanced summary: climate change and tourism: responding to global challenges*. Informe científic presentat a la II Conferència Internacional sobre Canvi Climàtic i Turisme. Davos: octubre 2007.

SCOTT, D.; MCBOYLE, G.; SCHWARTZENTRUBER, M. «Climate Change and the Distribution of Climatic Resources for Tourism in North America». *Climate Research*, 27 (2) (2004), p. 105-117.

SEABRIGHT, P. «Managing local commons: theoretical issues in incentive design». *Journal of Economic Perspectives*, 7 (4) (1993), p. 113-134.

SEATON, A.V. *The competitive evaluation of tourism destination performance: Scotland and european tourism 1985-1994*. Informe presentat al Scottish Tourist Board, 1996.

SECRETARIA GENERAL DE TURISME. *Turismo 2020. Plan del turismo español horizonte 2020. Plan del turismo español 0812*. Madrid: Secretaria General de Turisme, 2008.

SEGUÍ, M.; FLORIT, F. «Le tourisme culturel comme possible régénérateur de l'image touristique d'un pays: le cas de Majorque». *Revue de Géographie de Lyon*, 1/92 (67) (1992), p. 65-68.

SEIDL, I.; TISDELL, C.A. «Carrying Capacity Reconsidered: From Malthus' Population Theory to Cultural Carrying Capacity». *Ecological Economics*, 31 (1999), p. 395-408.

SELDEN T.M.; SONG, S. «Environmental quality and development: Is there a Kuznets curve for air pollution emissions?». *Journal of Environmental Economics and Management*, 27 (1994), p. 147-162.

SEN, A.K. *Elección colectiva y bienestar social*. Madrid: Alianza Universidad, 1976.



SERRA, A. «El impacto de los GDS sobre las agencias (I)». *Nexotur*, 100 (1998a).

SERRA, A. «El impacto de los GDS sobre las agencias (II)». *Nexotur*, 101 (1998b).

SERRA, A.; FREYER, W.; GARAU, J.; VICH, G. *Imatge de les Illes Balears al mercat alemany*. Palma: CITTIB, 2002.

SERRA, S.; ANDREU, J. (coord.). *Les fires, els mercats i les festes dels nostres pobles*. Palma: Consell Insular de Mallorca, 2007.

SEVRANI, K.; ELMAZI, L. «ICT and the changing tourism in the global conditions». *Revista de Turism-studii si cercetari in*, 6 (6) (2008), p. 22-29.

SHAFIK, N.; BANDYOPADHYAY, S. «Economic growth and environmental quality: time series and cross-section evidence». *World Bank Policy Research Working Paper*, 904 (1992).

SHANNON, C.E.; WEAVER, W. *The mathematical theory of communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1949.

SHAPIRO, C. «Premiums for High Quality Products as Returns to Reputations». *Quartely Journal of Economics*, novembre (1983), p. 659-679.

SHARPLEY, R. *Tourism, tourists and society*. Huntington: ELM, 2003.

SHELDON, P. «The tour operator industry: an analysis». *Annals of Tourism Research*, 13 (3) (1996), p. 349-365.

SHELDON, P. *Tourism information technology*. Regne Unit: CABI, 1997.

SHERLOCK, K. «Revisiting the concept of hosts and guests». *Tourist Studies*, 1 (3) (2001).

SINCLAIR, M.T.; STABLER, M. *The economics of tourism*. Londres: Routledge, 1997.

SIRILLI, G.; EVANGELISTA, R. «Technological innovation in services and manufacturing: results from Italian surveys». *Research Policy*, 27 (9) (1998), p. 881-899.

SMITH, V. (ed.). *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. Filadèlfia: University of Pennsylvania Press, 1989.

SMULDERS, J.A. «Technological change, economic growth and sustainability». A: VAN DEN BERGH, J.; HOFKES, M.W. (ed.). *Theory and implementation of economic models for sustainable development*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 1998, p. 39-65.

SMULDERS, J.A. «Economic growth and environmental quality». A: FOLMER, H.; GABEL, H.L. (ed.). *Principles of environmental and resource economics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2000, p. 602-664.

SNEPENGER, J.D.; MURPHY, L.; O'CONNELL, R.; GREGG, E. «Tourists and residents use of a shopping space». *Annals of Tourism Research*, 30 (3) (2003), p. 567-580.

SOCIAS, J.M., *La ordenación de las zonas turísticas litorales*. Madrid: Universitat Carlos III i Butlletí Oficial de l'Estat, 2001.

SOCIAS, J.M.; TRIAS, B. «Planificación turística, medio ambiente y sostenibilidad. En especial, el caso de las Islas Baleares». A: MORA, J.; DOS REIS, F. (coord.). *Políticas urbanas y territoriales en la Península Ibérica*. Mèrida: Junta d'Extremadura, 2005. Tom II, p. 371-373.

SOCIAS, J.M.; TRIAS, B. «Política ambiental de las Islas Baleares». *Observatorio de políticas ambientales 1978-2006*. Madrid: Thomson-Aranzadi, 2006.

SOLÉ-OLLÉ, A. «Determinantes del gasto público local: ¿necesidades de gasto o capacidad fiscal». *Revista de Economía Aplicada*, IX (25) (2001), p. 115-156.

SOLÉ-OLLÉ, A.; BOSCH, N. «On de relationship between local authority size and the costs of providing local services: Lessons for the design of intergovernmental transfers in Spain». *Public Finance Review*, 33 (3) (2005), p. 343-384.

SOLOW, R. «Intergenerational equity and exhaustible resources». *Review of Economic Studies*, 41 (1974), p. 29-45.

STERN, N. *The economics of climate change: the Stern review*. Regne Unit: Cambridge University Press, 2006.

STIGLITZ, J.E. «Growth with exhaustible resources». *Review of Economic Studies*, 41 (1974), p. 123-152.

STOBART, J. «Shopping streets as social space: leisure, consumerism and improvement in an eighteenth-century county town». *Urban History*, 25 (1) (1998), p. 3-21.

STOKEY, N.L. «Are there limits to growth?». *International Economic Review*, 39 (1) (1998), p. 1-31.

SUNDBO, J.; ORFILA-SINTES, F.; SØRENSEN, F. «The innovative behavior of tourism firms. Comparative studies of Denmark and Spain». *Research Policy*, 36 (2007), p. 88-106.

SYNERGY. *Tourism certification. An analysis of Green Globe 21 and other tourism certification programmes*. Informe elaborat per al WWF-UK, 2000.

TAMAYO, B. *Las agencias de viajes frente a las nuevas tecnologías de distribución turística*. Madrid: Fundació Cotec, 1998.

TAMAYO, P.A. «La compensación por desplazados en la financiación de la sanidad descentralizada: valoración del nuevo fondo de cohesión sanitaria». *Cuadernos de Información Económica*, 173 (2003), p. 67-72.

- TAYLOR, P. «Measuring changes in the relative competitiveness of package tour destinations». *Tourism economics*, 1 (2) (1995), p. 379-388.
- TEISL, M.F.; REILING, S.D. «The impact of tourism on local government public service expenditures». A: REILING, S. (ed.). *Measuring tourism impacts at the community level*. Maine: Universitat de Maine, 1992.
- TIAN-COLE, S.; CROMPTON, J. «A conceptualisation of the relationships between service quality and visitor satisfaction, and their links to destination selection». *Leisure Studies*, 22 (1) (2003), p. 65-80.
- TIAN-COLE; CROMPTON, J.L.; WILLSON, V.L. «An empirical investigation of the relationships between service quality, satisfaction and behavioral intentions among visitors to a wildlife refuge». *Journal of Leisure Research*, 34 (1) (2002), p. 1-24.
- TISDELL, C.A.; WEN, J. «Why care is needed in applying indicators of the sustainability of tourism». *Australian Journal of Hospitality Management*, 4 (1) (1997), p. 1-6.
- TOOMAN, L.A. «Applications of the life-cycle model in tourism». *Annals of Tourism Research*, 24 (1) (1997), p. 214-234.
- TORRES, J.A. «La protección del turista como consumidor: un ensayo de derecho comparado español y brasileño». *RVDTur - Revista Virtual de Direito do Turismo*, 1 (4) (2006).
- TORRES J.A.; TUR, M.N.; JANER, J.D. *La protección del turista como consumidor*. València: Tirant lo Blanch, 2003.
- TRIPLETT, J.E.; BOSWORTH, B.P. *Productivity in the US services sector; new sources of economic growth*. Washington: Brookings Institution, 2004.
- TUGORES, J. «Competitivitat i cohesió social en un món global». *Col·lecció Estudis*, 3 (2006), Caixa Catalunya.
- TUR, M.N. «La perspectiva civil del derecho del consumo en la Comunidad Autónoma balear». *Revista Jurídica de les Illes Balears*, 3 (2005), p. 61-84.
- UHLANER, C.J. «'Relational goods' and participation: incorporating sociability into a theory of rational action». *Public Choice*, 62 (1989), p. 253-285.
- (UNESCO) UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION. «Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural». París: UNESCO, 1972.
- UNWTO/ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME. «Carta del turismo sostenible». *Conferencia Mundial de Turismo Sostenible*. Lanzarote: UNWTO, 1995.
- UNWTO/ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME. *Introducción al turismo*. Madrid: UNWTO, 1998.

UNWTO/ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME. *Guía para administraciones locales: desarrollo turístico sostenible*. Madrid: UNWTO, 1999a.

UNWTO/ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME. *Sustainable development of tourism. An annotated bibliography*. Madrid: UNWTO, 1999b.

UNWTO/ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME. *Voluntary initiatives for sustainable tourism*. Madrid: UNWTO, 2002.

UNWTO/ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME. *Datos esenciales del turismo. Edición 2006*. Madrid: UNWTO, 2007.

URRY, J. *The Tourist Gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. Londres: Sage Publications Ltd., 1990.

URRY, J. *The tourist gaze*. Londres: Sage, 2000.

URRY, J. «The Tourist Gaze and beyond: an interview with John Urry». *Tourist studies*, 1 (2001).

VAN ARK, B. «Productivity and competitiveness in manufacturing: a comparison of Europe, Japan and the United States». A: WAGNER, K.; VAN ARK, B. (ed.). *International productivity differences. Measurement and explanations*. Holanda: Elsevier, 1996.

VAN ARK, B.; INKLAAR, R.; MCGUCKIN, R.H. «ICT and productivity in Europe and the United States, where do the differences come from?». *Journal of Economic Perspectives*, 22 (1) (2008), p. 25-54.

VAN ARK, B.; O'MAHONY, M.; TIMMER, M. «The productivity gap between Europe and the US: trends and causes». *CESifo Economic Studies*, 49 (3) (2003), p. 295-318.

VANHOVE, N. *Economics of tourism destinations*. Nova York: Butterworth Heinemann, 2005.

VAZQUEZ, R.; DEL RIO, B.; IGLESIAS, V. «Consumer-based brand equity: development and validation of a measurement instrument». *Journal of Marketing Management* 18 (1/2) (2002), p. 27-48.

VERA J.F. (coord.); LÓPEZ, F.; MARCHENA, M.J.; ANTÓN, S. *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel, 1997.

VIADA, C. *Libro rojo de los vertebrados de las Baleares*. Palma: Conselleria de Medi Ambient, 2006. Document inèdit.

VOGELER, C.; HERNÁNDEZ, E. *Estructura y organización del mercado turístico*. Madrid: Centre d'estudis Ramón Areces, 1997.

WANHILL, S. «Charging for congestion at tourist attractions». *International Journal of Tourism Management*, setembre (1980), p. 168-174.

WASYLENKO, M.; YINGER, J. *Nebraska comprehensive study. Final report*. Nova York: Metropolitan Studies Program, The Maxwell School, Syracuse University, 1988.

(WCED) WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. *Our common future*. Oxford: Oxford University Press, 1987.

(WEF) WORLD ECONOMIC FORUM. *The global competitiveness report 2005*. Ginebra: WEF, 2005.

(WEF) WORLD ECONOMIC FORUM. *The travel and tourism competitiveness report 2007*. Ginebra: WEF, 2007.

(WEF) WORLD ECONOMIC FORUM. *The travel and tourism competitiveness report 2008*. Ginebra: WEF, 2008.

WHITE, P.C.L.; LOVETT, J.C. «Public preferences and willingness-to-pay for nature conservation in the North York Moors National Park, UK». *Journal of Environmental Management*, 55 (1) (1999), p. 1-13.

WILLIAMS, A.M. «Mass tourism and international tour companies». A: BARKE, M.; TONNER, J.; NEWTON, M.T. (ed.). *Tourism in Spain-Critical issues*. Wallingford: CAB International, 1996, p. 119-135.

WÖLFL, A. «The service economy in OECD countries». *OCDE STI Working Paper*, 2005/3, 2005.

WONG, J.; LAW, R. «Differences in shopping satisfaction levels: a study of tourists in Hong Kong». *Tourism Management*, 24 (2003), p. 401-410.

(WTTC) WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL. *Competitiveness monitor*. Londres: WTTC, 2003.

(WTTC) WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL. *The 2007 travel and tourism economic research*. Londres: WTTC, 2007a.

(WTTC) WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL. *Breaking barriers – Managing Growth*. Principals conclusions de la Cimera de Lisboa, 2007b.

(WTTC) WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL. *Progress and priorities 2008/2009*. Londres: WTTC, 2008.

WRIGHT, J.W. *Health needs an assessment in practice*. Londres: BMJ Books, 1998.

YOHE, G.W.; LASCO, R.D.; AHMAD, Q.K. «Perspectives on Climate Change and Sustainability». A: PARRY, M.L.; CANZIANI, O.F.; PALUTIKOF, J.P. (ed.). *Climate change 2007: impacts, adaptation and vulnerability*. Contribució al II Grup de treball del Quart informe d'avaluació de l'IPCC. Regne Unit: Cambridge University Press, 2007, p. 811-841.

YOO, B.; DONTU, N. «Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale». *Journal of Business Research*, 52 (1) (2001), p. 1-14.

YÜKSEL, A.; YÜKSEL, F. «Shopping risk perceptions: effects on tourists' emotions, satisfaction and expressed loyalty intentions». *Tourism Management*, 28 (2007), p. 703-713.

ZOREDA, J.L. *Tendencias actuales del mercado turístico*. Document presentat a la Conferència del Turisme a Andalusia: reptes del Pla general de turisme sostenible 2007-2010. Sevilla: Conselleria de Turisme, Comerç i Esport, 2006.

## ÍNDIX DE FIGURES

## QUADRES

- 1.1. Classificació internacional d'activitats turístiques 392
- 1.2. Activitats orientades a la demanda de no residents 392
- 1.3. Delimitació del sector turístic de les Balears 392
- 1.4. Classificació de les activitats turístiques a les Balears 392
- 1.5. VAB generat per satisfer la demanda de no residents, 2004 392
- 1.6. Capacitat de recaptació impositiva de les comunitats autònomes de règim comú 392
- 2.1. Formes de reservar el viatge a les Balears 392
- 2.2. Factors explicatius de l'organització del viatge per temporades, 2004 392
- 2.3. Distribució de la despesa mitjana diària per components 392
- 2.4. Percentatge de repetició i de noves visites per temporades 392
- 2.5. Rànquing de motivacions per temporades, 2004 392
- 2.6. Principals fusions i adquisicions dels operadors turístics europeus, 1993-2001 392
- 3.1. Índexs d'especialització productiva i diversificació regional 392
- 3.2. Utilització d'Internet abans del viatge per part dels turistes que visiten les Balears 392
- 3.3. Suports preferits pels turistes que visiten les Balears per a la consulta d'informació durant el viatge 392
- 3.4. Utilització de les TIC per part dels turistes que visiten les Balears per transmetre informació després del viatge 392
- 3.5. Fonts d'informació que alimenten la imatge d'una destinació turística 392
- 4.1. Taxes d'escolarització per edats 392
- 4.2. Distribució dels treballadors de l'hoteleria per nivell formatiu i ocupació 392
- 4.3. Valoració dels factors determinants de les noves contractacions a l'hoteleria 392
- 4.4. Hotelers que consideren suficient el grau de qualificació dels seus treballadors 392
- 4.5. Correspondència entre els cicles de formació professional 392
- 4.6. Cursos oferts per l'Escola d'Hoteleria 392
- 4.7. Oferta específica de cursos de postgrau i especialització de la UIB, 2006 392
- 4.8. Cobertura i multiplicitat de l'oferta formativa turística de les Balears per grups d'activitat 392
- 4.9. Distribució de la superfície territorial i longitud litoral de les Balears 392
- 4.10. Caracterització de la conca hidrogràfica de les Balears 392
- 4.11. Masses d'aigua amb impactes constatats a les Balears 392
- 4.12. Estat de conservació dels principals grups d'espècies silvestres de les Balears 392
- 4.13. Evolució de la superfície artificial de les Balears 392
- 4.14. Assignació de TSI als professionals sanitaris de l'atenció primària, 2006 392
- 4.15. Distribució del fons de cohesió sanitària, 2006 392
- 4.16. Béns d'Interès Cultural (BIC) per comunitats autònomes, 2006 392
- 4.17. Turistes que realitzen activitats culturals 392
- 4.18. Modalitats bàsiques de contractació, 2006 392
- 5.1. Noves orientacions de la planificació turística 392



## GRÀFICS

- 1.1. Evolució del PIB, 1987-2006 392
- 1.2. Activitats turístiques i ocupació, 2006 392
- 1.3. Oferta turística reglada: índex de capacitat fiscal i necessitats de despesa 392
- 1.4. Oferta turística no reglada: índex de capacitat fiscal i necessitats de despesa 392
- 2.1. Evolució mundial del nombre de turistes, 1987-2006 392
- 2.2. Evolució de la distribució geogràfica dels fluxos turístics, 1987-2006 392
- 2.3. Evolució del nombre de turistes internacionals arribats a Espanya, 1987-2006 392
- 2.4. Evolució de les principals destinacions turístiques espanyoles, 1997-2006 392
- 2.5. Evolució del nombre de turistes arribats a les Balears, 1987-2006 392
- 2.6. Importància del turisme nacional 392
- 2.7. Importància dels principals emissors turístics 392
- 2.8. Distribució dels fluxos turístics per mercat d'origen, 2006 392
- 2.9. Distribució del nombre de turistes d'acord amb el tipus d'allotjament 392
- 2.10. Estada mitjana per mercat d'origen i temporada, 2006 392
- 2.11. Evolució de la despesa turística mitjana per temporades, 1987-2002 392
- 2.12. Despesa mitjana diària per mercat emissor 392
- 2.13. Evolució del percentatge de noves visites i repetició, 1987-2006 392
- 2.14. Patró estacional i principals mercats d'origen, 2006 392
- 2.15. Allotjament turístic i planta oberta, 1998-2006 392
- 2.16. L'estacionalitat de la planta d'allotjament turístic de les Balears, 1998-2006 392
- 2.17. Importància del turisme nàutic a les Balears 392
- 2.18. Arribada de creuers als ports de les Balears 392
- 2.19. Importància del turisme de golf a les Balears 392
- 2.20. Importància del turisme rural sobre l'oferta d'allotjament extrahotelera de les Balears 392
- 2.21. Distribució estacional del turisme de congressos 392
- 2.22. Presència de l'allotjament a la indústria turística per tram d'assalariats 392
- 2.23. Distribució de l'oferta d'allotjament hotelera 392
- 2.24. Distribució de l'oferta d'allotjament extrahotelera 392
- 2.25. Evolució de l'oferta d'allotjament turístic, 1987-2006 392
- 2.26. Transvasament de categories en el segment hotelier 392
- 2.27. Transvasament de categories en el segment dels hotels-apartament 392
- 2.28. Evolució del nombre de restaurants, cafeteries i bars de les Balears, 1987-2006 392
- 2.29. Evolució de la categoria dels restaurants de les Balears, 1987-2006 392
- 2.30. Evolució del mercat potencial de la restauració, 1998-2006 392
- 2.31. Presència del transport al teixit empresarial turístic per tram d'assalariats 392
- 2.32. Evolució del trànsit aeroportuari a les Balears, 1987-2006 392
- 2.33. Evolució del trànsit marítim de passatgers a les Balears, 1990-2006 392
- 2.34. Distribució del teixit empresarial d'intermediació turística per tram d'assalariats 392
- 2.35. Distribució del nombre de turistes arribats a les Balears entre els principals operadors turístics 392
- 2.36. Distribució del teixit empresarial dedicat a les activitats culturals i recreatives a les Balears 392
- 2.37. Ampliació del teixit empresarial turístic de les Balears per tipus de servei 392

- 2.38. Distribució del nombre de llicències comercials d'acord amb el tipus d'establiment, 2006 392
- 2.39. Evolució del mercat comercial potencial de les Balears, 1998-2006 392
- 3.1. Evolució del mercat turístic europeu en xarxa, 1998-2008 392
- 3.2. Satisfacció del turista, 2004 392
- 3.3. Repetició de l'estada: intenció vs realització 392
- 3.4. Evolució de la rendibilitat del sector turístic de les Balears, 1990-2004 392
- 3.5. Descomposició del ROI del sector de l'hoteleria, 1990-2004 392
- 3.6. Descomposició del ROI del sector de les agències de viatges, 1990-2004 392
- 3.7. Descomposició del ROI del sector del transport aeri, 1990-2004 392
- 3.8. Descomposició del ROI del sector del lloguer de vehicles, 1990-2004 392
- 3.9. Eficiència empresarial i beneficis en el sector de l'hoteleria balear 392
- 3.10. Evolució de l'estoc de capital productiu i en infraestructures públiques per ocupat, 1987-2004 392
- 3.11. Evolució de l'estoc de capital privat productiu vs residencial, 1987-2004 392
- 3.12. Rellevància de l'estoc de capital productiu TIC 392
- 3.13. Descomposició del PIB per càpita de les Balears, 1998-2006 392
- 3.14. La competitivitat-preu de les Balears respecte dels principals mercats emissors de turisme, 1999-2006 392
- 3.15. La competitivitat-preu de les Balears respecte dels competidors nacionals, 1999-2006 392
- 3.16. La competitivitat-preu de les Balears respecte dels competidors de la UME, 1999-2006 392
- 3.17. La competitivitat-preu de les Balears respecte dels competidors de fora de la UME, 1999-2006 392
- 3.18. Indicador de competitivitat turística (ICT) 392
- 3.19. ICT: infraestructures i tecnologia 392
- 3.20. ICT: preus i capital humà 392
- 3.21. L'ICT i la dotació de recursos naturals i culturals 392
- 4.1. Evolució de la taxa d'idoneïtat dels estudis 392
- 4.2. Distribució de la població activa per nivell formatiu 392
- 4.3. Nivell formatiu de la població activa europea 392
- 4.4. Distribució del teixit empresarial de la indústria turística 392
- 4.5. Despesa pública en educació amb relació al PIB 392
- 4.6. Evolució demogràfica de les Balears, 1987-2007 392
- 4.7. Evolució del moviment natural de la població, 1987-2006 392
- 4.8. Evolució del saldo migratori, 2002-2006 392
- 4.9. Distribució de la població estrangera empadronada per contingent d'origen 392
- 4.10. Piràmide de població per edat i sexe de les Balears, 1991-2007 392
- 4.11. Evolució de la càrrega demogràfica real de les Balears, 1998-2006 392
- 4.12. Rank-size de les cinc primeres ciutats més poblades de les Balears 392
- 4.13. Distribució territorial del teixit empresarial a les Balears, 2006 392
- 4.14. Distribució del volum d'aigua consumit a les Balears, 2006 392
- 4.15. Evolució de l'índex d'estrès hídric, 2002-2006 392
- 4.16. Evolució del consum de recursos energètics a les Balears, 1987-2006 392
- 4.17. Estacionalitat del consum de recursos energètics a les Balears, 2006 392
- 4.18. Evolució de les emissions de diòxid de carboni a les Balears, 1990-2006 392
- 4.19. Evolució de la intensitat energètica, 1997-2006 392
- 4.20. Evolució del coeficient d'emissió, 1997-2006 392

- 4.21. Distribució de la producció d'energia elèctrica en règim especial a les Balears, 2006 392
- 4.22. El patró estacional de la generació de RSU a les Balears, 2006 392
- 4.23. Distribució de la generació de residus per tipus de tractament, 2006 392
- 4.24. Evolució trimestral de la IMD als accessos a Palma, 2006 392
- 4.25. Evolució de l'estoc de capital en infraestructures públiques per càpita, 1987-2004 392
- 4.26. Distribució de la inversió en TIC a Espanya 392
- 4.27. Evolució de l'estoc de capital de comunicacions per càpita de les Balears, 1987-2004 392
- 4.28. Adopció de les tecnologies de les comunicacions per part de les empreses del sector serveis de les Balears 392
- 4.29. Evolució de l'estoc de capital públic sanitari per càpita a les Balears, 1987-2000 392
- 4.30. Distribució dels llits hospitalaris segons la titularitat, 1989-2007 392
- 4.31. Activitat assistencial dels hospitals de les Balears, 2006 392
- 4.32. Distribució dels museus i les col·leccions museogràfiques de les Balears per tipologia, 2006 392
- 4.33. Despesa autonòmica en R+D 392
- 4.34. Aportació del sector privat a la despesa autonòmica en R+D 392
- 4.35. Evolució de l'estoc de capital TIC per ocupat, 1987-2004 392
- 4.36. Evolució de la despesa en inversions reals i transferències per càpita a les Balears, 2001-2006 392
- 4.37. Evolució de la corresponsabilitat fiscal a les comunitats autònomes de règim comú, 1992-2006 392
- 4.38. Rendiment definitiu dels recursos del sistema de finançament, 2006 392

**MAPES**

- 2.1. Evolució del nombre de turistes a la Mediterrània, 1987-2006 392
- 4.1. Canvis dels usos del sòl a les Balears 392
- 4.2. Densitat de població als municipis de les Balears, 2007 392
- 4.3. Intensitat turística i residencial als municipis de les Balears 392
- 4.4. Concentració territorial de les empreses turístiques a les Balears, 2005 392
- 4.5. Abocament de l'efluent registrat a les estacions depuradores d'aigües residuals de les Balears 392
- 4.6. Distribució municipal de la recollida selectiva de paper i cartó, 2006 392
- 4.7. Espais naturals protegits i reserves marines de les Balears 392
- 4.8. Evolució de la intensitat mitjana diària a la xarxa viària de Mallorca, 1985-2005 392
- 4.9. Correlació entre la densitat de la xarxa viària i la fragmentació territorial 392
- 4.10. Diversitat paisatgística de les àrees naturals i agrícoles de les Balears 392
- 4.11. Distribució dels ports esportius i de cabotatge de les Balears 392
- 4.12. Evolució de la xarxa viària de les Balears, 1985-2007 392

**FIGURES**

- 1.1. La contribució de la indústria turística al VAB de les Balears 392
- 2.1. Procés de reintermediació turística 392
- 2.2. Procés de desintermediació turística 392
- 4.1. El capital humà com a condicionant del turisme a mitjà i a llarg termini 392
- 4.2. El cicle de valor del turista i les tecnologies de telecomunicacions 392
- 5.1. El repte de la complexitat 392
- 5.2. El repte de la competitivitat 392
- 5.3. El repte de la sostenibilitat 392

**IMATGES**

- 3.1. Logotip 'Illes Balears', 2002 392

## AGRAÏMENTS

S'agraeix, especialment, la participació a les reunions de contrast de: JOANA BARCELÓ BENNÀSSAR (IES Juníper Serra); INMACULADA BENITO HERNÁNDEZ (Agrupació de Cadenes Hoteleres de Balears); BARTOMEU BESTARD FIGUEROLA (Alcudiamar); MACIÀ BLÁZQUEZ SALOM (GOB); JUAN JOSÉ BONNEMAISON BERMEJO (Federació Hotelera de Mallorca); PEDRO CAÑELLAS RAMIS (Explotacions Port Roig); JAUME CLADERA CLADERA (Stil Hotels); ANTONIO COPETE GONZÁLEZ (Federació de Comerç i Hoteleria, UGT); GINÉS DIEZ GONZÁLEZ (FECOHT, CCOO Illes Balears); ÁNGEL FERNÁNDEZ HOMAR (TIRME); VÍCTOR FERNÁNDEZ CANOSA (AVIBA); RAFAEL GOBERNA CARRIÓN (Mediterrània Consultors); JOAN GUAL JULIÀ (Col·legi Oficial de Metges de Balears); PEDRO IRIONDO BLANCH (AVIBA); SANDRA LENIS PRIAS (Air Europa Líneas Aéreas); ANDREU LLABRÉS BARRERA (Amic-hotels.com); ÁLVARO MIDDLEMAN BLOME (Foment del Turisme de Mallorca); ANTONI MUNAR CARDELL (Turismoconsulting); MARK NUESCHEN (Grup Pierre&Vacances); ANTONI PASCUAL MORÁN (Planeta Web); ANTONI PEÑA CASTELLET (Valadis); MIGUEL PIÑOL ALDA (turisTEC); JAIME PONS CAPÓ (Instituto Tecnológico Hotelero); FERRAN PORTO VILA (PORTVI); IGNACIO RODRIGO MATEO (Fiesta Hoteles); ÁNGELES SÁNCHEZ ÚBEDA (FECOHT, CCOO Illes Balears); FRANCESC SASTRE ALBERTÍ (Escola d'Hoteleria de les Illes Balears); JOAQUIM TINTORÉ SUBIRANA (IMEDEA CSIC-UIB); PERE TORRENS (Futura); LLUÏSA TORTELLA ESTRANY (CITTIB, INESTUR); FRANCESC TRIAY LLOPIS (Autoritat Portuària de Balears); VICENÇ TUR TUR (CAEB); JOSÉ LUIS ZOREDA DE LA ROSA (Exceltur).

Així mateix, s'agraeix l'aportació d'informació efectuada per les institucions següents:

**GOVERN DE LES ILLES BALEARS:** Agència Balear de l'Aigua i la Qualitat Ambiental (ABAQUA); Centre d'Investigació i Tecnologies Turístiques de les Illes Balears (CITTIB); Conselleria de Comerç, Indústria i Energia; Conselleria d'Economia, Hisenda i Innovació; Conselleria d'Educació i Cultura; Conselleria de Medi Ambient; Conselleria de Mobilitat i Ordenació del Territori; Conselleria de Salut i Consum; Conselleria de Treball i Formació; Conselleria de Turisme; Escola Balear d'Administració Pública (EBAP); Fundació Illes Balears per a la Innovació Tecnològica (Fundació IBIT); Institut d'Estadística de les Illes Balears (IBESTAT); Institut d'Estratègia Turística de les Illes Balears (INESTUR); Observatori del Treball; Servei de Salut de les Illes Balears (Ib-salut); Serveis Ferroviaris de Mallorca (SFM); Transports de les Illes Balears (TIB).

**ADMINISTRACIÓ LOCAL:** Calvià 2000; Consell Insular de Mallorca: Departament d'Economia i Turisme, Departament de Medi Ambient, Departament d'Obres Públiques; EMAYA; EMT; Consell Insular de Menorca: Consorci per a la Gestió dels Residus Sòlids Urbans de Menorca, Departament d'Economia i Medi Ambient, Departament de Mobilitat, Departament de Presidència i Turisme; Observatori Socioambiental de Menorca (OBSAM); Consell Insular d'Eivissa: Departament de Medi Ambient, Departament de Política de Mobilitat i Activitats, Departament de Programació Econòmica Corporativa, Departament de Promoció Turística i Cooperació Econòmica; Consell Insular de Formentera.

**ADMINISTRACIÓ CENTRAL:** Aeroport d'Eivissa (AENA); Aeroport de Menorca (AENA); Aeroport de Palma de Mallorca (AENA); Agència Estatal d'Administració Tributària (AEAT); Autoritat Portuària de les Illes Balears; Delegació Especial d'Economia i Hisenda de les Illes Balears; Direcció General de Trànsit (DGT); Direcció Provincial de la Tresoreria General de la Seguretat Social; Direcció Provincial de l'Institut Nacional de la Seguretat Social (INSS); Institut d'Estudis Turístics (IET); Institut de Turisme d'Espanya (TURESPAÑA); Institut Nacional d'Estadística (INE); Institut Nacional d'Ocupació (INEM); Ministeri de Ciència i Tecnologia; Ministeri d'Economia i Hisenda; Ministeri de Cultura; Ministeri d'Educació, Política Social i Esport; Ministeri de Foment; Ministeri de Medi Ambient; Ministeri de Salut i Consum; Ministeri de Treball i Afers Socials; Ministeri d'Habitatge; Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç; Ports de l'Estat; Prefectura Provincial de Trànsit.

**ASSOCIACIONS EMPRESARIALS I COL·LEGIS OFICIALS:** Agrupació de Cadenes Hoteleres; Agrupació Empresarial de Lloguer de Vehicles amb i sense Conductor de Balears (AEVAB); Associació d'Agències de Viatges de Balears (AVIBA); Associació Mallorquina d'Atraccions Turístiques (AMAT); Associació per a la Investigació de Mitjans de Comunicació (AIMC); Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació d'Eivissa i Formentera; Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Mallorca; Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Menorca; Col. Of. d'Aparelladors i Arquitectes Tècnics de Mallorca; Col. Of. d'Aparelladors i Arquitectes Tècnics de Menorca; Col. Of. d'Arquitectes de Balears; Col. Of. de Metges de les Illes Balears; Confederació d'Associacions Empresariales de Balears (CAEB); Confederació de la Petita i Mitjana Empresa de Balears (PIME Balears); Federació Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM); Foment del Turisme de Mallorca; Fundació de les Caixes d'Estalvis Confederades (FUNCAS); Mallorca Convention Bureau.

**ALTRES INSTITUCIONS I EMPRESES:** Companyia Logística d'Hidrocarburs (CLH); Escola de Turisme del Consell Insular de Eivissa i Formentera; Escola de Turisme Felipe Moreno; Escola d'Hoteleria; Escola Universitària de Turisme (EUT); Ferrocarril de Sóller SA; Fundació "SA NOSTRA" Mallorca; Fundació BBVA; GESA; GESA GAS; Institut Valencià d'Investigacions Econòmiques (IVIE); Moya Auditoria; "SA NOSTRA" Caixa de Balears; Servei de Sistemes d'Informació Geogràfica i Teledetecció de la UIB; Servei d'Estudis de 'la Caixa'; Sol Melià SA; TIRME SA; Universitat de les Illes Balears (SSIGT-UIB); Universitat Nacional d'Educació a Distància (UNED); Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

