

MICRO-CLUSTER TURÍSTICOS: EL PAPEL DEL CAPITAL SOCIAL EN EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL

Merinero Rodríguez, Rafael (Universidad Pablo de Olavide)

RESUMEN

Desde hace cierto tiempo se viene aplicando la *Teoría de los Sistemas Productivos Locales* al análisis científico de la actividad turística, especialmente a través del desarrollo de estudios de los denominados *Cluster Turísticos*. Esta perspectiva analítica no ha hecho sino poner el centro de interés del análisis en el territorio concreto en el que se desarrolla la actividad turística, y como aplicación de dicho marco teórico, el enfoque se centra en la importancia de los elementos del Sistema Productivo, que son los actores y las relaciones productivas que se establecen entre ellos en el marco del turismo. Sin embargo, a pesar del avance científico que esto ha producido, estos estudios presentan todavía un claro déficit analítico que tiene que ver con el tratamiento limitado que se da al análisis de los elementos del Sistema Productivo, es decir, a los actores y a sus relaciones. Un complemento importante de este marco lo ha aportado la denominada Teoría de los *Stakeholders*, que ha proporcionado la introducción de importantes innovaciones analíticas tanto de los actores como de sus relaciones productivas. Pero, a pesar de ello, este segundo marco de análisis sigue presentando déficit analítico de las relaciones, ya que se centra especialmente en factores estáticos de las relaciones, como el marco condicional de las mismas.

El trabajo que aquí se presenta tiene como objetivo aportar una nueva metodología para incorporar al análisis de la actividad turística, en el marco de los *Cluster Turísticos*, las características dinámicas de las relaciones, a través del estudio de los procesos efectivos de colaboración que se producen entre los actores públicos y privados para el desarrollo de actividades turísticas en un determinado territorio, fundamentalmente aplicando el *Análisis de Redes Sociales*.

Palabras claves: Capital social, desarrollo económico local, redes de actores turísticos, análisis de redes sociales, clusters productivos. **JEL:** A14, D85, L83, O21, Q01

ABSTRACT

Local Productive Systems theory has been used for a certain period of time, applied to the scientist analysis of tourist activity, especially with the development of the studies made by the Tourist Clusters. This analytic perspective considers very important the analysis of the specific area where tourist activity is held, and as application of this theoretical framework, the approach focuses on the importance of the elements of the Production System, who are the actors and productive relationships that are established between them in the productive environment. However, despite the scientific breakthrough that has occurred, these studies have yet a clear analytical deficit, which is due to the limited treatment given to the analysis of the elements of the productive system, i.e. to the actors and their relationships. An important component of this framework has been called the theory of stakeholders, which has provided the introduction of important analytical innovations, both of the players and their productive relations. Nevertheless, this second framework of analysis still has a deficit of relationships analysis, as it focuses particularly on static factors of relations, as part of same sentence.

The work presented here, aims to provide a new methodology for the analysis of tourism, under the Tourism Cluster, the dynamic characteristics of relations, through the study of the

processes of effective collaboration that occur between public and private actors for the development of tourist activities in a given territory, essentially using the Social Network Analysis.

Key words: Social capital, social economic development, networks of tourist actors, analysis of social networks, productive clusters. **JEL:** A14, D85, L83, O21, Q01

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace ya cierto tiempo se viene poniendo de manifiesto que una de las claves para el impulso del desarrollo económico es la articulación de estrategias locales basadas en los recursos endógenos con los que cuentan los diferentes territorios, o lo que viene a ser lo mismo, los procesos de desarrollo local. Han sido muchos los trabajos que se han venido realizando para abordar el análisis de los elementos que componen dichas estrategias locales de desarrollo económico y, en este sentido, han cobrado especial relevancia aquellos trabajos que han puesto el énfasis en las redes de relaciones que se producen entre los diferentes actores públicos y privados que operan en el sector productivo concreto a nivel del territorio local en el que realizan sus actividades productivas dichos actores.

En este contexto de análisis científico del desarrollo económico local ha cobrado una importancia especial la Teoría de los Sistemas Productivos Locales que se basa en el concepto de los *Clusters Productivos* que tiene como elementos básicos a los distintos actores que operan productivamente en la actividad económica analizada y las relaciones productivas que se realizan entre los mismos. Así, se puede destacar que los sistemas productivos locales se componen de un sistema de redes internas que dan lugar a multiplicidad de intercambios de recursos económicos, información y conocimientos que propician el desarrollo de relaciones de cooperación y competitividad entre las empresas, y en el caso del avance conceptual que supone los “medios innovadores” con respecto a los sistemas productivos locales, como una forma avanzada de estos que incluyen en la red de relaciones al resto de actores locales del territorio que no son estrictamente empresas; de esta forma, las empresas, las organizaciones y las instituciones del sistema productivo local establecen relaciones de cooperación y colaboración con el objetivo de buscar beneficios para todos los integrantes de dicho sistema, en los que la innovación, en todos sus sentidos (de producto, de proceso y de organización) se convierte en el elemento clave de la competitividad del mismo (Vázquez, 1999).

Del mismo modo, la *Teoría de los Sistemas Productivos Locales* se ha aplicado también al análisis científico de la actividad turística, especialmente a través del desarrollo de estudios de los denominados *Cluster Turísticos*. Esta perspectiva analítica no ha hecho sino poner el centro de interés del análisis en el territorio concreto en el que se desarrolla la actividad turística, y como aplicación de dicho marco teórico, el enfoque se centra en la importancia de los elementos del Sistema Productivo, que son los actores y las relaciones productivas que se establecen entre ellos en el marco del turismo. Sin embargo, a pesar del avance científico que esto ha producido, estos estudios presentan todavía un claro déficit analítico que tiene que ver con el tratamiento limitado que se da al análisis de los elementos del Sistema Productivo, es decir, a los actores y a sus relaciones. Un complemento importante de este marco lo ha aportado la denominada Teoría de los *Stakeholders*, que ha proporcionado la introducción de importantes innovaciones analíticas tanto de los actores como de sus relaciones productivas. Pero, a pesar de ello, este segundo marco de análisis sigue presentando déficit analítico de las relaciones, ya que se centra especialmente en factores estáticos de las relaciones, como el marco condicional de las mismas.

Se trata, por tanto, de poner el centro del interés analítico en el *Capital Social* que existe en un determinado territorio, es decir, en la capacidad de resolver de forma conjunta problemas comunes a través de la colaboración y la cooperación de los diferentes actores que intervienen en la actividad productiva turística.

El trabajo que aquí se presenta tiene como objetivo aportar una nueva metodología para incorporar al análisis de la actividad turística, en el marco de los *Cluster Turísticos*, las características dinámicas de las relaciones, a través del estudio de los procesos efectivos de colaboración que se producen entre los actores públicos y privados para el desarrollo de actividades turísticas en un determinado territorio, fundamentalmente aplicando el *Análisis de Redes Sociales*.

2. SISTEMAS PRODUCTIVOS LOCALES: LA IMPORTANCIA DEL CAPITAL SOCIAL EN EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL

El concepto de Sistema Productivo Local está directamente relacionado con el nuevo modelo de desarrollo económico que empieza a prosperar como consecuencia de la crisis del modelo de Producción en Serie como forma de producción y organización empresarial basado en la gran empresa, adquiriendo en el nuevo modelo un mayor protagonismo las características locales de un determinado territorio: los valores territoriales, de identidad, diversidad y flexibilidad, etc. (Albuquerque, 2004). Esto ha provocado que las estrategias de desarrollo económico del territorio estén evolucionando desde el desarrollo polarizado y el establecimiento de incentivos a la inversión externa, hacia otras estrategias basadas en el aprovechamiento de los recursos endógenos.

Se produce, de esta forma, una respuesta a la insatisfacción que ha generado el agotamiento del modelo de desarrollo “desde fuera” establecido en los años sesenta y setenta basado en la concepción convencional del desarrollo en etapas de Rostow, donde la clave estaba en la imitación mecánica de las sociedades industriales. Frente a este agotamiento aparece el modelo de desarrollo endógeno fundamentado en la evidencia de casos concretos de procesos de desarrollo industrial en territorios determinados y en los intentos de las autoridades públicas de impulsar procesos de desarrollo de localidades o regiones retrasadas, ambas sobre la base de las particularidades de los diversos territorios, sus culturas y de sus diferentes sistemas de valores.

El modelo de desarrollo endógeno parte de que todas las comunidades territoriales tienen un conjunto de recursos que constituyen su potencial de desarrollo, lo que hace que en un determinado momento histórico esa colectividad territorial por iniciativa propia puede encontrar nuevas ideas y proyectos que le permitan utilizar sus recursos. El concepto de desarrollo endógeno, desde la perspectiva del Sistema Productivo Local, hace referencia a procesos de acumulación de capital en localidades y territorios concretos: se trata de procesos de desarrollo difuso que permite obtener economías de escala externas a las empresas pero internas al sistema productivo, y se producen gracias a la utilización del potencial económico local que favorecen las instituciones y mecanismos de regulación que caracterizan a cada territorio. La forma de organización de la producción, las estructuras familiares, las tradiciones locales, la estructura social y cultural y los códigos de la población condicionan los procesos de desarrollo local. Se concede, por tanto, un papel predominante al territorio, no como soporte físico sino como actor del desarrollo, ya que las empresas, las organizaciones, las instituciones locales y la sociedad civil de un determinado territorio juegan un papel activo en los procesos de crecimiento y cambio estructural (Vázquez, 2000, pp. 95-96). El Sistema Productivo Local es una de las formas en que se concreta el modelo de desarrollo endógeno y tiene que ver con la existencia de concentraciones importantes de pequeñas empresas de una

misma actividad industrial en un determinado territorio, siendo lo más característico de todo ello el sistema de relaciones que se establece entre dichas pequeñas y medianas empresas, y la imbricaciones que dichas relaciones tienen con las características sociales y culturales del territorio.

Como corriente teórica, el Sistema Productivo Local tuvo un precedente en la obra de Alfred Marshall, quien al estudiar la organización geográfica de la industria realizó la propuesta de establecer como unidad de estudio del desarrollo económico una entidad de base territorial, denominada distrito. Lo que puso de evidencia Marshall es que el desarrollo industrial no puede reducirse únicamente a la capacidad empresarial, sino que la organización industrial existente en un territorio adquiere un valor significativo. La clave de la propuesta de Marshall se encuentra en las denominadas economías externas, o externalidades positivas que son entendidas como ventajas económicas no atribuibles a cada empresa de forma individual, que surgen a partir del conjunto del agregado productivo, como resultado del contacto constante e intercambio de los agentes económicos y empresas ubicados en las concentraciones productivas en el territorio. Así, la ventaja de la producción a gran escala de una gran empresa puede ser lograda por una población de empresas de pequeñas dimensiones concentradas en un determinado territorio subdivididas en fases productivas y que se surte de un único mercado local de trabajo.

La línea de trabajo iniciada por Marshall en el sentido de que existe un modo de producción con rendimientos crecientes alternativo al de las grandes empresas integradas de una forma vertical fue continuado por el investigador italiano Becattini, quien puso de manifiesto que existe una alternativa al crecimiento basado en la ubicación de polos de grandes empresas conocidos como “distritos industriales” que está basada en las economías externas generadas por la concentración territorial de pequeñas y medianas empresas especializadas en las diferentes fases de un único proceso productivo (Becattini, 1989). Las empresas, en presencia de economías externas, alcanzan un nivel óptimo de eficiencia si recurren al mercado para obtener aquellos suministros y servicios que en caso de fabricación interna afectarían de forma negativa a los beneficios, configurándose así sistemas industriales locales en torno a una actividad industrial. En la medida en que las economías externas son internas a la industria generan un proceso de localización entre empresas con actividades distintas y complementarias, que en su conjunto forman un mismo proceso productivo y dan lugar a una especialización industrial territorial donde existe un modelo organizativo de la industria basado, simultáneamente, en relaciones de cooperación y competencia. El distrito industrial de Becattini va más allá de la proximidad geográfica y la especialización sectorial destacadas por Marshall, ya que para el funcionamiento óptimo del mismo se destacan los aspectos sociales y culturales del territorio que se convierten en fundamento de las relaciones de colaboración y cooperación entre las empresas (Becattini, 1991). El distrito industrial tiene que ver tanto con una matriz local de interrelaciones técnicas entre empresas como con una red de vínculos socioculturales.

Los distritos industriales de Becattini tuvieron a su vez continuidad teórica en los “medios innovadores” de Aydalot, que pone de manifiesto que la innovación como principio básico de la adaptación de la producción de un territorio no depende exclusivamente de la capacidad de innovación del empresariado sino que es el territorio formado por las empresas, los actores sociales y las administraciones públicas, el que actúa como medio que propicia el emprendimiento y la innovación (Aydalot, 1986). De esta forma se pone en evidencia que en los Sistemas Productivos Locales caracterizados por la existencia de un conjunto importante de pequeñas y medianas empresas éstas no puedan desencadenar un proceso innovador por sí mismas y necesiten acudir a los recursos existentes en el territorio donde se asientan

(Caravaca *et al.*, 2002, p. 41). El esfuerzo para propiciar la generación e incorporación de conocimientos para dar respuesta a los retos y problemas a los que las sociedades deben hacer frente, resulta un factor clave que permite, no sólo a las empresas sino también a los distintos territorios, insertarse con una mejor posición en el contexto caracterizado por la complejidad (Maillat, 1995). Desde esta perspectiva, se considera que la innovación no se puede reducir exclusivamente a la incorporación de innovaciones empresariales de carácter tecnológico sino que debe ser entendida en un sentido amplio como la predisposición a incorporar conocimiento que permita utilizar racionalmente los recursos existentes en cada territorio y, que centrados en los Sistemas Productivos Locales, deben generar las condiciones para que determinadas necesidades y problemas a los que no pueden responder por sí solas las empresas centradas en el proceso productivo, debe ser proporcionadas por el entorno, por el medio, creando un entorno socio-institucional de actores diferentes a las pequeñas y medianas empresas del distrito que favorezca los procesos de desarrollo (Caravaca y González, 2003).

En cierto sentido, la teoría del Sistema Productivo Local en sus dos variantes, distrito industrial y medio innovador, lo que pone de manifiesto es un nuevo modelo de desarrollo económico donde el territorio y lo local adquieren un papel preponderante. Los estudios sobre el Sistema Productivo Local han evidenciado que en un determinado territorio se produce una especialización productiva en un tipo de industria particular que permite vislumbrar una trama productiva como conjunto de eslabonamientos entre las diferentes empresas que se encuentran en ese espacio físico a lo largo de las diferentes fases de producción que requiere la tipología productiva en la que se ha especializado el territorio. Desde esta perspectiva, la clave estratégica en cuanto a la competitividad productiva de las empresas se sitúa de manera clara en el nivel de articulación de la red de empresas en torno a un agrupamiento organizado territorial y sectorialmente.

Se hace más que evidente que el Sistema Productivo Local se soporta sobre la base de la importancia de las pequeñas y medianas empresas que juegan un papel clave para la difusión territorial del crecimiento económico y de la generación de empleo. Las empresas de pequeñas dimensiones han demostrado en los diferentes países desarrollados una extraordinaria capacidad para incorporar las innovaciones tecnológicas y organizativas. Esto evidencia un comportamiento económico dinámico explicado por su capacidad de adaptación a los cambios incesantes en la demanda en razón de sus reducidos costes fijos y su proximidad al consumidor así como los menores costes laborales y la reducida conflictividad laboral (Albuquerque, 1999).

Evidencias de estos sistemas de interacción entre pequeñas y medianas empresas para configurar las distintas fases del proceso productivo, frecuentemente unido a las nuevas oportunidades que brindan las tecnologías que facilitan la descomposición de los ciclos productivos, no sólo se han encontrado en buena parte de la Europa Occidental, sino también en Iberoamérica, como por ejemplo se ha demostrado para el caso de Brasil (Caporali, Volker y Botafogo, 2002).

Analizados de esta forma, se constata que los procesos productivos son consecuencia de la integración de múltiples acciones de naturaleza dispar donde intervienen un número importante de agentes empresariales que requieren de una proximidad física relacional, implicando la configuración de unidades productivas territoriales. En el centro del proceso de crecimiento y acumulación de capital de los sistemas productivos locales está la forma de organización del sistema productivo que propicia la formación de economías de escala externas y la reducción de los costes de transacción, lo que hace que la dinámica de la economía local gire alrededor de la organización del sistema productivo, en el que se

establecen las relaciones entre las empresas, los proveedores y los clientes. La columna vertebral de los sistemas productivos locales es la configuración del modelo de producción, la existencia de una red de empresas industriales que dan lugar a una multiplicidad de mercados internos y de intercambios a escala local; las relaciones dentro de la red no sólo permiten el intercambio de productos y servicios entre los actores sino también de conocimientos tecnológicos y de pautas de comportamiento, de manera que las relaciones se basan en el conocimiento que unos actores tienen de otros, en la confianza mutua que se ha ido generando paulatinamente, así como en el beneficio que el comercio e intercambio produce (Vázquez, 2000, p. 98).

Esto, sin duda, hace que el modelo de desarrollo que le es propio al Sistema Productivo Local se caracterice por su dimensión territorial local, no sólo debido al efecto espacial de los procesos organizativos y tecnológicos, sino por el hecho de que cada localidad, cada región, es el resultado de una historia en la que se ha ido configurando el entorno institucional, económico y organizativo; cada espacio económico aparece con una configuración propia, que se ha ido definiendo en función de los sucesivos sistemas productivos, de los cambios organizativos de las empresas e instituciones y de las transformaciones en el sistema de relaciones sociales e industriales (Vázquez, 1999). Esto ha provocado que a la teoría de los Sistemas Productivos Locales se le haya denominado como *Teoría Territorial de la Cooperación*, en la que las redes se ven como una alternativa al mercado, menos costosa en términos de identificación, acceso e intercambio de bienes, servicios o conocimientos entre empresas debido a que la pertenencia a un mismo ámbito espacial, en el que existe una cierta homogeneidad idiomática, cultural e institucional y en el que los intercambios se convierten en algo habitual, genera un clima de confianza y entendimiento que ayuda a reducir los comportamientos indebidos.

En la literatura científica reciente sobre el turismo se está poniendo de manifiesto la importancia que tiene atender a la denominada *gestión activa del destino* (Pulido, 2005) como elemento fundamental de la competitividad del turismo. Poner el foco de atención en la gestión implica en primer lugar realizar un esfuerzo en operacionalizar analíticamente dicho concepto, y establecer, por tanto cuales serán las dimensiones a las que habrá que prestarle interés para su comprensión en profundidad.

Recientemente han aparecido un conjunto de trabajos científicos sobre el turismo que han proporcionado un avance considerable en la línea de trabajo anteriormente mencionada, y que tienen que ver con la aplicación de la *Teoría de los Sistemas Productivos Locales*, utilizada para el estudio principalmente de la actividad industrial, que pone el acento en el territorio y el centro de interés en los actores y las relaciones productivas que se dan entre ellos y que se concreta en los denominados estudios de *Clusters Turísticos* (Michael, 2007; Lazzaretti y Petrillo, 2006; Novelli, Schmitz y Spencer, 2006).

Sin embargo, estos trabajos a pesar de que han supuesto un avance científico en el análisis del turismo presentan un déficit analítico. El avance tiene que ver con el punto de mira para la comprensión de la actividad turística al centrarse en un territorio concreto y conseguir caracterizar al Sistema Turístico a través de sus dos elementos básicos, que son los actores que intervienen en la actividad turística de dicho territorio y las relaciones productivas que se dan entre ellos. Y el déficit tiene que ver, precisamente, con el escaso tratamiento analítico que se le proporciona a las relaciones que efectivamente se producen en el territorio para abordar actividades turísticas.

También es necesario poner de manifiesto que ha aparecido una línea de trabajo que se ha aplicado al estudio de las relaciones entre actores turísticos en este marco de la gestión activa de los destinos, y que tiene que ver con la aplicación de la denominada *Teoría de los*

Stakeholders (Aas, Ladkin y Fletcher, 2005; Bramwell y Lane, 1999; Medeiros y Bramwell, 2002; Sautter y Leiden, 1999; Selin y Chavez, 1995; Yuksel, Bramwell y Yuksel, 1999).

Estos trabajos han aportado aproximaciones de interés especialmente en el análisis de las relaciones, concretamente se han centrado en los factores condicionantes de las relaciones entre los actores como pueden ser los obstáculos a la participación activa de los mismos, la influencia de la confianza en las relaciones entre actores, etc. Se trata, por tanto, en esta línea de trabajo de poner el interés en los denominados factores estáticos de las relaciones, en aquellas dimensiones que pueden hacer ver si realmente se producen o se pueden producir relaciones entre los actores.

Estos trabajos lo que no permiten analizar es la dinámica real de las relaciones entre los actores, es decir, la dinámica de colaboración que efectivamente se produce entre aquellos actores que realmente interactúan para desarrollar actividades turísticas en el proceso productivo del turismo en un determinado territorio, sea éste un destino consolidado o en formación. Si realmente se quiere abordar el estudio de la gestión activa del turismo en un determinado territorio es necesario que se preste atención a estos factores dinámicos de las relaciones entre los actores que son el fundamento de las características del proceso productivo del turismo. Por la especificidad de dicho proceso productivo de la actividad turística, en el que la colaboración y las relaciones se convierten en un aspecto más que fundamental, tener capacidad de atender a estas dinámicas colaborativas reales que se producen entre los actores públicos y privados que operan en el territorio es el elemento clave para comprender el papel que la gestión activa del turismo tiene en el desarrollo del mismo en el territorio concreto en el que se produce.

Es en este ámbito concreto en el que se basa el trabajo que se presenta, ya que el foco de interés se centra específicamente en proponer una metodología que permita analizar los factores dinámicos de las relaciones entre los actores turísticos de un determinado territorio. Para ello, es necesario tener en cuenta que, sobre la base de la *Teoría de los Sistemas Productivos Locales*, la innovación en uno de sus ámbitos particulares, concretamente la innovación de la organización territorial, es decir, de mejorar las relaciones entre los actores que operan en el Sistema Productivo (Alonso y Méndez, 2002), se convierte en uno de los aspectos básicos del desarrollo local (Vázquez, 1999). De esta forma, y teniendo en cuenta que las características de las relaciones son el factor básico para impulsar un Sistema de Innovación Turístico en el territorio, es necesario que los análisis avancen en la línea de identificar y caracterizar en profundidad las relaciones que realmente se producen entre los actores turísticos del territorio, y para ello se propone a continuación una metodología de análisis que permita identificar dichas características. Dicha metodología tiene su componente básico en el *Análisis de Redes Sociales*, y aunque recientemente se han realizado algunos trabajos en este ámbito (Pforr, 2006; Pavlovch, 2003; Dredge, 2006; Hsin-Yu, 2006; Vernon, Essex, Pinder y Curry, 2005), la propuesta que se presenta a continuación no aborda aspectos parciales de la actividad turística como lo hacen estos trabajos sino que intenta atender a las relaciones que se producen entre los actores en todos los ámbitos del proceso productivo del turismo en un determinado territorio como componentes de la denominada *gestión activa del turismo*.

Poner el foco de interés en los Sistemas Productivos Locales y los Clusters Productivos obliga a tener que atender a los territorios concretos, a los actores que operan en él y a sus relaciones; o lo que es lo mismo, de lo que se está hablando es que el Capital Social es un factor clave del desarrollo económico local (Snack y Keefer, 1997; Klisberg y Tomassinni, 2000; Woolcok y Narayan, 2000). No es el momento de detenerse en el debate que en las

Ciencias Sociales se está produciendo sobre el concepto¹, pero sí de destacar que la concepción que del mismo se tiene está próxima a la línea de trabajo que viene a poner de manifiesto que el punto central de atención no hay que ponerlo en los condicionantes de la interacción y la colaboración, sino en las mismas relaciones, en los procesos propios de colaboración como estrategias de resolución conjunta de problemas comunes.

Por tanto, el trabajo que aquí se está presentando utiliza el concepto de Micro-cluster como una manifestación de la forma que adquiere el Capital Social en un determinado territorio, es decir, el conjunto de relaciones entre los actores turísticos de un territorio concreto. De esta forma, la red de relaciones entre los actores se convierte en un elemento fundamental para valorar la incidencia que la colaboración entre los actores tiene en la actividad turística de dicho territorio.

3. EN BUSCA DE LAS RELACIONES: UN PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN PARA LOS MICRO-CLUSTERS TURÍSTICOS

Como ha sido destacado en el apartado anterior, la finalidad principal del trabajo de investigación que aquí se presenta estriba en determinar la importancia que las relaciones entre los actores turísticos tienen en la configuración de las características del destino turístico, en la conformación del denominado producto turístico territorial, es decir, en determinar cómo funciona turísticamente un territorio; o para mayor concreción y utilizando términos analíticos tradicionales del análisis del turismo, se centra en el estudio del funcionamiento de la oferta turística de un determinado territorio, cómo funciona y en que se concreta la oferta de producto turístico de dicho territorio. Tomar este aspecto como punto de partida de una investigación ha tenido como resultado que el planteamiento de la misma se ubique, de una forma decidida, en la convicción científica de que las relaciones entre los actores, y no sólo los atributos como manifestación de la estructura social, tiene un poder explicativo importante del comportamiento social (Molina, 2001).

Desde esta perspectiva parece lógico que el planteamiento metodológico de la investigación gire en torno a la importancia que las relaciones entre los actores turísticos de un determinado territorio tienen para explicar las características de la oferta turística del mismo; y que por tanto este planteamiento se centre de una forma prioritaria en buscar las relaciones entre dichos actores turísticos.

Los elementos principales de esta nueva línea de trabajo lo componen los actores que intervienen en el turismo de un determinado territorio y las relaciones que establecen entre ellos para el desarrollo de las acciones turísticas que son necesarias llevar a cabo para gestionar turísticamente dicho territorio. Si bien es cierto que la identificación de los actores turísticos y su caracterización no presenta una excesiva complejidad, no ocurre lo mismo con el tratamiento científico de sus relaciones, y es aquí precisamente donde se encuentra el principal fundamento de esta nueva línea de trabajos científicos para el estudio del turismo, en la operacionalización de las relaciones. Para proceder al tratamiento científico de estas relaciones turísticas se partió del concepto de *proceso productivo turístico del territorio*, que tiene por objeto establecer cuales son las dimensiones básicas de acción a realizar en un determinado territorio para que funcione como un producto o destino turístico. A este respecto el proceso productivo se conforma en cuatro grandes ámbitos de acción (creación de producto, promoción, comercialización y articulación o gestión del producto) en cada uno de los cuales se incluyen un número determinado de acciones turísticas concretas que son

¹ Para un tratamiento más en profundidad del debate sobre el concepto de Capital Social se puede Millán y Gordon 2004 y Durston, 2000.

susceptibles de ser realizadas en colaboración por los distintos actores, es decir, que están configuradas por la interacción entre dichos actores.

Los datos necesarios para este tipo de trabajo se obtuvieron a partir de la detección de las interacciones entre los actores con base en los datos de la aplicación de un cuestionario a todos los actores (administraciones públicas locales, provinciales y regionales; hoteles; restaurantes; empresas de servicios turísticos; asociaciones de la sociedad civil cuya actividad incide directamente en el turismo del municipio) y el análisis de documentos informativos de actividades turísticas de los territorios estudiados. De esta forma, para el ámbito de la gestión de los destinos turísticos las actividades turísticas que son susceptibles de ser realizadas colaborativamente entre los actores son:

- Creación de producto turístico

- Construcción de infraestructuras de acceso a los destinos
- Puesta en valor turístico de recursos culturales y naturales
- Creación de equipamientos y adecuación para su visita
- Creación de servicios turísticos
- Organización de eventos
- Creación de sistemas normativos
- Creación de sistemas de producción y acceso a materias primas
- Acciones de innovación

- Gestión de producto turístico

- Diseño de paquetes turísticos
- Receptivo turístico
- Apertura con personal especializado
- Apoyo a la gestión de la atención turística a través del desvío de clientes
- Señalización
- Servicio de guías turísticos
- Guías turísticas en diferente formato
- Bonos turísticos
- Organización de sistemas de transporte para turistas
- Aplicación de sistemas de calidad

- Promoción turística

- Asistencia a ferias
- Asistencia a Work Shop
- Edición de material promocional
- Campañas publicitarias

- Comercialización turística

- Comercialización directa
- Comercialización indirecta

Una vez obtenidos los datos necesarios, se procedió al análisis de los mismos, y para ello se utilizaron dos técnicas de análisis fundamentales: por una parte se aplicó la técnica del Análisis de Redes Sociales a través del programa de tratamiento de datos relacionales UCINET 6 que permite identificar las características más estructurales de las redes de actores (Borgatti, Everett y Freeman, 2002). Sobre la base del método de redes completas en el que se incluye a todo el censo de actores y todas las relaciones posibles entre ellos y las medidas binarias de relaciones (si se producen o no entre los actores) se obtienen el grueso de datos relacionales necesarios para un estudio de redes sociales (Hanneman, 2000). A partir de estos datos relacionales el programa de tratamiento de datos relacionales permite elaborar una matriz de adyacencia, que es el soporte matemático sobre el que se graba la información real de las relaciones entre todos los actores (Quiroga, 2003). Y sobre la información de la matriz de adyacencia se pueden obtener una serie de indicadores sobre la estructura formal de la red de relaciones, que para este caso concreto han sido tres tipos distintos de indicadores los utilizados: en primer lugar, la densidad de la red que permite medir la proporción de relaciones existentes sobre el total de relaciones posible, indicando, por tanto, la intensidad de las relaciones en el conjunto de toda la red (Rodríguez y Mérida, 2005); en segundo lugar, está el indicador del grado de centralidad que es el número de actores a los que un actor está directamente unido, y puede ser de salida que son las relaciones que un actor tiene con otros actores, y de entrada que indica el número de actores que tienen relaciones con él.

Por supuesto, el programa de tratamiento de datos relacionales *UCINET 6* aporta la posibilidad de construir el gráfico de la red de actores, en el que se puede evidenciar de forma visible las características de las relaciones de dicha red, las posiciones que ocupan los actores y las líneas que marcan y determina las posiciones de cada uno de los actores de la red.

Por otra parte, se ha aplicado el Análisis de Contenidos de las Redes Sociales con el objetivo de proporcionar información de las características básicas de las relaciones tales como la naturaleza de dichas relaciones, sobre que aspecto temático versan, ya que este aspecto puede proporcionar mucha información sobre el tipo de relaciones y la configuración que puede adoptar la red; también, se analiza en que consiste el soporte de la relación, es decir, si se produce sobre la consulta o la información, sobre el apoyo para la aportación de recursos, sobre la subcontratación o sobre la creación de estructuras conjuntas de realización de actuaciones; el análisis de contenidos proporciona información sobre los aspectos temporales de las relaciones, es decir, si estas son puntuales, o bien se extienden en el tiempo o son estables a largo plazo; y en último lugar, proporciona información sobre el grado de formalización, determinando si dichas relaciones se basan en la confianza, en normas o reglas o en un contrato.

4. DESARROLLO ECONÓMICO, TURISMO Y REDES DE ACTORES EN LAS CIUDADES MEDIAS DEL INTERIOR DE ANDALUCÍA

Para comprobar la importancia del capital social (las redes de colaboración público-privadas para la realización de actividades productivas en el ámbito del turismo de un determinado territorio) en el desarrollo turístico de los territorios se ha realizado la aplicación de la metodología de análisis de Micro-clusters turísticos descrita anteriormente, al estudio comparado de tres casos; en concreto se han estudiado tres Ciudades Medias del interior de Andalucía que son Antequera en la provincia de Málaga, Écija en la provincia de Sevilla y Úbeda en la provincia de Jaén.

El objetivo del estudio comparado es identificar si las redes de actores público-privadas que definen cada uno de estos Micro-clusters tiene una relación con el nivel de desarrollo turístico que presentan, teniendo en cuenta que son tres casos de similares características en

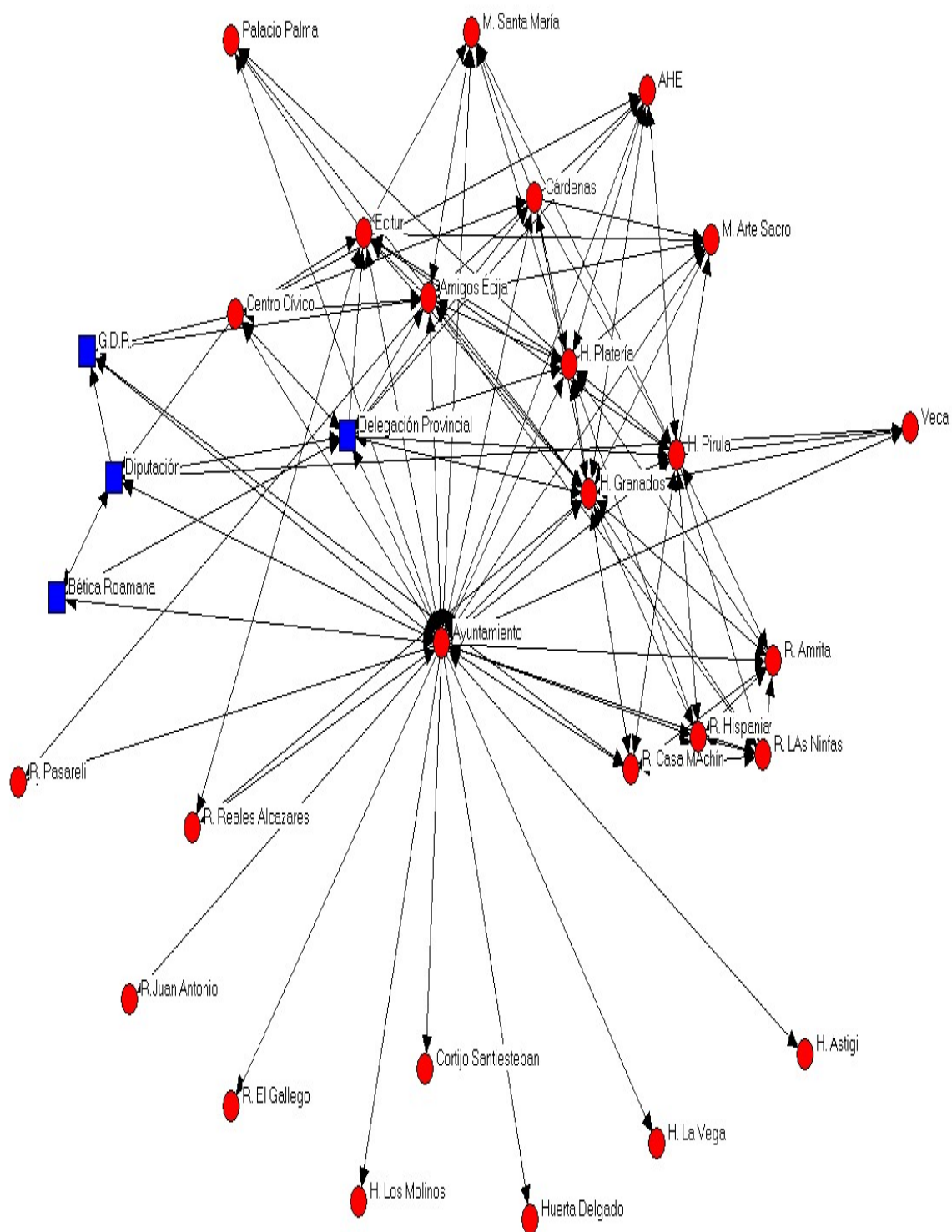
cuanto a su población, a su ubicación geográfica en la zona interior de Andalucía, a su papel histórico en la estructuración territorial de la región andaluza y con un nivel y riqueza de patrimonio cultural similar y que, sin embargo, presentan niveles de desarrollo turístico distintos.

Los estudios tradicionales de competitividad tendrían en cuenta factores como su localización geográfica o la riqueza de su patrimonio cultural como aspectos indicativos de su nivel de desarrollo turístico o de su potencialidad turística de la ciudad. Sin embargo, en cuanto a la localización, la que mejor ubicada está respecto a la cercanía de ciudades importantes y de infraestructuras de comunicaciones es Écija, la segunda Antequera y en tercer lugar Úbeda, y lo mismo ocurre en número de recursos patrimoniales y en número de Bienes de Interés Cultural, y sin embargo, es la ciudad de Úbeda la que presenta un mayor nivel de desarrollo turístico, seguida de Antequera y en tercer lugar de Écija.

Por tanto, el desarrollo turístico de estas ciudades no depende de la ventaja de localización o de su riqueza patrimonial, sino que parece depender más de las estrategias turísticas seguidas por los actores que actúan en la actividad turística de cada una de esas ciudades. Por ello, es más que interesante analizar, de esas estrategias, las dinámicas colaborativas que se producen entre ellas, ya que como se expuso anteriormente la articulación turística de la ciudad es un elemento clave para el correcto funcionamiento del turismo en dichas ciudades cultural-patrimoniales para adaptarse a la forma de operar de la demanda turística. Se presentan a continuación los resultados del trabajo de investigación desarrollado para analizar las características de las relaciones entre los actores con incidencia en la actividad turística para cada una de las ciudades

A continuación se presentan la representación gráfica de las redes de actores turísticos de cada una de las ciudades a través del sistema de análisis de redes sociales.

A partir del gráfico siguiente se pueden establecer las características básicas de las relaciones entre los actores turísticos de la ciudad de Écija. La primera de las características es que son muy pocas las relaciones que se establecen entre los actores turísticos de la ciudad de Écija. Como recoge el gráfico anterior, todas las relaciones que se producen entre los actores de Écija en todas los ámbitos que componen el proceso de producción turística de la ciudad. El aspecto que más destaca es la escasez de relaciones que se produce entre dichos actores, como queda demostrado en la densidad de la red, que es sólo de 18,85 por 100 de todas las relaciones posibles. Este indicador pone de manifiesto claramente que son muy pocas las relaciones que se establecen entre los diferentes actores que intervienen en el Sistema Turístico Local de la ciudad de Écija. Esto demuestra, por una parte, que no para todos los actores turísticos de la ciudad es importante el turismo como actividad económica y que, por tanto, no intervienen en las relaciones necesarias para crear, gestionar, promocionar o comercializar turísticamente la ciudad, ya que consideran el turismo como una actividad secundaria y, a veces, anecdótica de su iniciativa empresarial, como queda demostrado por la nula implicación de la mayoría de los hoteles de la ciudad y de los restaurantes más clásicos; y por otra parte, existe otro conjunto de actores que aunque si consideran importante el turismo para su actividad son poco activos como puede ser el caso de los tres museos privados o la empresa de gestión de visitas Veca.

GRÁFICO 1. RED DE ACTORES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE ÉCIJA

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las relaciones entre los actores turísticos se producen en el ámbito de la creación de producto donde se puede apreciar que presenta la red con mayor densidad de todas, seguida por el ámbito de gestión de producto, promoción turística y, en último lugar, las relaciones para comercialización turística.

A este respecto se puede destacar también que las actividades turísticas donde más relaciones entre los actores se producen están vinculadas a acciones de apoyo para la creación de recursos, equipamientos y servicios turísticos, seguidas por las relaciones que implican la organización de eventos, y en el ámbito de la gestión de producto destacan casi exclusivamente la gestión de visitas a los recursos. De especial significación resulta el hecho de que en el ámbito de promoción no se produzca ningún tipo de relación entre los actores para promocionar el producto (al margen de las acciones de promoción que impulsa el Ayuntamiento. En último lugar, hay que destacar que se producen unas muy escasas relaciones en la comercialización del producto turístico. A este respecto, hay que destacar que no se crea por parte de la interacción entre actores ningún producto turístico de ciudad que integre a los diferentes servicios de la ciudad, es decir, no hay un producto que implique de forma coordinada a recursos, hoteles, guías y restaurantes.

Respecto a los actores que intervienen en las relaciones turísticas en la ciudad de Écija es necesario destacar que el Ayuntamiento de la ciudad es el actor que más centralidad presenta en la red, sobre todo porque ocupa una posición de liderazgo explícito en tres de las redes, en creación de producto, en gestión de producto y en promoción turística; aunque también hay que poner de manifiesto que el Ayuntamiento no está presente en la red de comercialización turística de la ciudad. Puede ser destacado también la posición que ocupa Ecitur, que presenta una centralidad considerable en la red de gestión de producto, y sobre todo en la de comercialización, donde asume de manera clara el liderazgo de las acciones en dicha red. Por lo demás, hay que subrayar que existe un grupo de actores que ocupa una posición de cierta centralidad en las relaciones que se establecen en el turismo de la ciudad, en dicho grupo se incluyen los hoteles del centro de la ciudad, especialmente el hotel Palacio de los Granados, los restaurantes de reciente creación y el restaurante Reales Alcázares; todos estos actores están inmersos en alguna medida (no excesivamente importante en términos generales pero si relativos a las densidades que presentan las redes de relación que se producen realmente en la ciudad) en las relaciones que se producen en la creación y gestión de producto en Écija. Se puede poner de relieve la posición de centralidad que ocupa la Asociación de Amigos de Écija, únicamente en la red de creación de producto por la influencia que ejerce su papel de promotor del respeto de los valores patrimoniales de la ciudad, que le lleva a impulsar relaciones con otros actores y ser destino de muchas otras relaciones de otros actores para su participación en el apoyo para la preservación de las actuaciones turísticas que afectan a dicho patrimonio cultural de la ciudad. También debe ser destacado el hecho de que la Asociación de Hostelería de Écija ocupa un papel muy marginal en la red de relaciones turísticas en la ciudad, ya que es incapaz de aglutinar a los actores que representa y jugar un papel destacado en el Sistema Turístico Local, y también es significativa la posición de la empresa Veca que a pesar de ser una empresa de servicios turísticos está implicada en muy pocas relaciones turísticas, y este aspecto cobra especial relevancia porque se trata de un actor cuya actividad única es la prestación de servicios de guía turística y no impulsa ninguna relación. También resulta muy llamativo la pasividad en las relaciones de aquellos actores que poseen los recursos y equipamientos turísticos visitables (los museos, el Centro Cívico, y habría que establecer la salvedad de la Yeguada Cárdenas que si presenta un nivel de relaciones de salida considerable), ya que no impulsan ningún tipo de interacción con el resto de los actores y su posición en la red se debe exclusivamente a los vínculos que tienen que establecer con ellos los actores de prestación de servicios por su necesidad de permitir la

visita de los turistas. Con respecto a los actores aparece claro que existe un grupo de los mismos que está completamente al margen de las relaciones turísticas de la ciudad (están incluidos en la red de relaciones sólo como destino de las acciones de promoción que impulsa el Ayuntamiento), a este grupo pertenecen los hoteles de carretera y los restaurantes más tradicionales de la ciudad.

Sobre los actores externos al Sistema Turístico Local hay que decir que sólo ocupa una posición de relevancia y centralidad en la red la Delegación Provincial de Sevilla de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, específicamente en la red de creación de producto donde a través del apoyo económico para la organización de eventos y las ayudas económicas para los servicios ocupa una posición de centralidad; pero el resto de los actores ocupan una posición muy marginal, ya que sólo intervienen en relaciones con el Ayuntamiento.

El elemento común que presentan aquellos actores que tienen una mayor centralidad, y por tanto importancia en la red de relaciones turísticas de la ciudad de Écija, tiene que ver con el carácter proactivo de los mismos, es decir, aquellos actores que para cumplir con sus funciones y desarrollar sus acciones turísticas establecen relaciones con otros actores, impulsan vínculos para conseguir objetivos turísticos. De esta forma, como se verá más adelante, aquellos actores que tienen una mayor proactividad (son preactivos en todos los ámbitos del proceso productivo turístico de la ciudad) presentan un mayor grado de centralidad de salida y por tanto una mayor influencia para la configuración del turismo de la ciudad.

El grado de intermediación de la red de relaciones también deja muy claro el papel de relevancia que ocupa el Ayuntamiento en el Sistema Turístico Local de Écija, ya que su ubicación en dicha red le permite la posibilidad de convertirse en un articulador de las relaciones entre los actores del sistema. A este respecto, se puede destacar también el grado de intermediación relevante que presentan los actores Ecitur, hotel Palacio de los Granados y el Platería que en un futuro podrían jugar un papel de vinculadotes de actores en acciones turísticas, ya que intermedian de forma relativamente importante en determinadas redes.

La mayoría de las relaciones que se establecen en el Sistema Turístico Local de Écija son muy puntuales y están basadas en la confianza, están vinculadas al momento concreto en el que se produce la interacción y no se establecen formalmente, no son por tanto relaciones extendidas en el tiempo que implican una continuidad relacional. Sólo las relaciones de apoyo financiero y las de subcontratación entre Veca y el Ayuntamiento para la gestión de las visitas del Museo Histórico Municipal se articulan a través de convenios y sólo son relaciones extendidas en el tiempo las que se producen entre los actores que participan en la comercialización turística. Son, por tanto, relaciones excesivamente puntuales y sin formalizar, lo que pone de manifiesto la fragilidad de dichas relaciones en el Sistema, ya que son más vulnerables ante la ausencia de alguno de los actores implicados y no presentan una acción continuada en el tiempo que permita a dichos actores garantizar una respuesta permanente a aquellas situaciones turísticas que requieran de una interacción.

Sobre la base del gráfico siguiente, se presentan a continuación las características más destacadas de las relaciones que se producen entre los actores en el Sistema Turístico Local de la ciudad de Antequera. El primero de los aspectos a destacar es la densidad que presenta la red, y hay que decir a este respecto, que se trata de una densidad considerablemente importante, ya que se sitúa en el 29,25 por 100, es decir, que se producen de forma real casi el 30 por 100 de las relaciones posibles entre los actores del Sistema Turístico Local de Antequera. Este dato, junto con la imagen que proporciona el gráfico de la red, pone de manifiesto que son muchos los actores que se encuentran inmersos en interacciones con otros

actores para promover y realizar acciones turísticas en Antequera, y no sólo son muchos los actores implicados activamente en la red, sino que entre ellos se produce un volumen considerable de relaciones, que es lo que permite explicar la densidad tan importante que presenta la red de actores turísticos de esta ciudad. Se puede comprobar en, prácticamente, todos los ámbitos del proceso productivo que existe una conciencia clara, por parte de un número considerable de actores, del significado importante de la colaboración en el turismo, de forma que, los actores más implicados en las relaciones toman conciencia de que colaborando entre ellos se mejora en general, en conjunto, la ciudad desde el punto de vista turístico, y eso repercute directamente sobre la mejora de los negocios y actividades de cada uno.

El segundo aspecto que hay que destacar es que de todos los ámbitos del proceso productivo del turismo en Antequera el ámbito que más densidad de relaciones aporta al Sistema es el de creación de producto, seguido por el de gestión del producto turístico, en tercer lugar, el de promoción y, en último lugar, el ámbito de comercialización del producto turístico.

Respecto a las actividades en las que se concretan las relaciones entre los actores se pueden destacar los siguientes aspectos: en primer lugar, en el ámbito de creación de producto turístico la actividad que más densidad de relaciones, y que por tanto a más actores y más activamente los implica, son los eventos turísticos que se organizan para atraer turistas, como por ejemplo la actividad “Antequera Luz de Luna” y otros eventos similares, en la que un buen número de actores realizan actuaciones de forma conjunta y coordinada con otros para articular el evento, y por lo tanto produce interacción entre ellos. También, en este ámbito de la creación de producto puede ser resaltada la acción turística que se produce en el marco de la innovación de producto, y que tiene que ver concretamente con la existencia de una Escuela de Hostelería, que a través de la acción coordinada desde el Instituto Pedro Espinosa, y con la implicación activa del Ayuntamiento, permite interactuar con un número importante de actores para proporcionar personal cualificado que tan importante es para el correcto funcionamiento del servicio de hostelería.

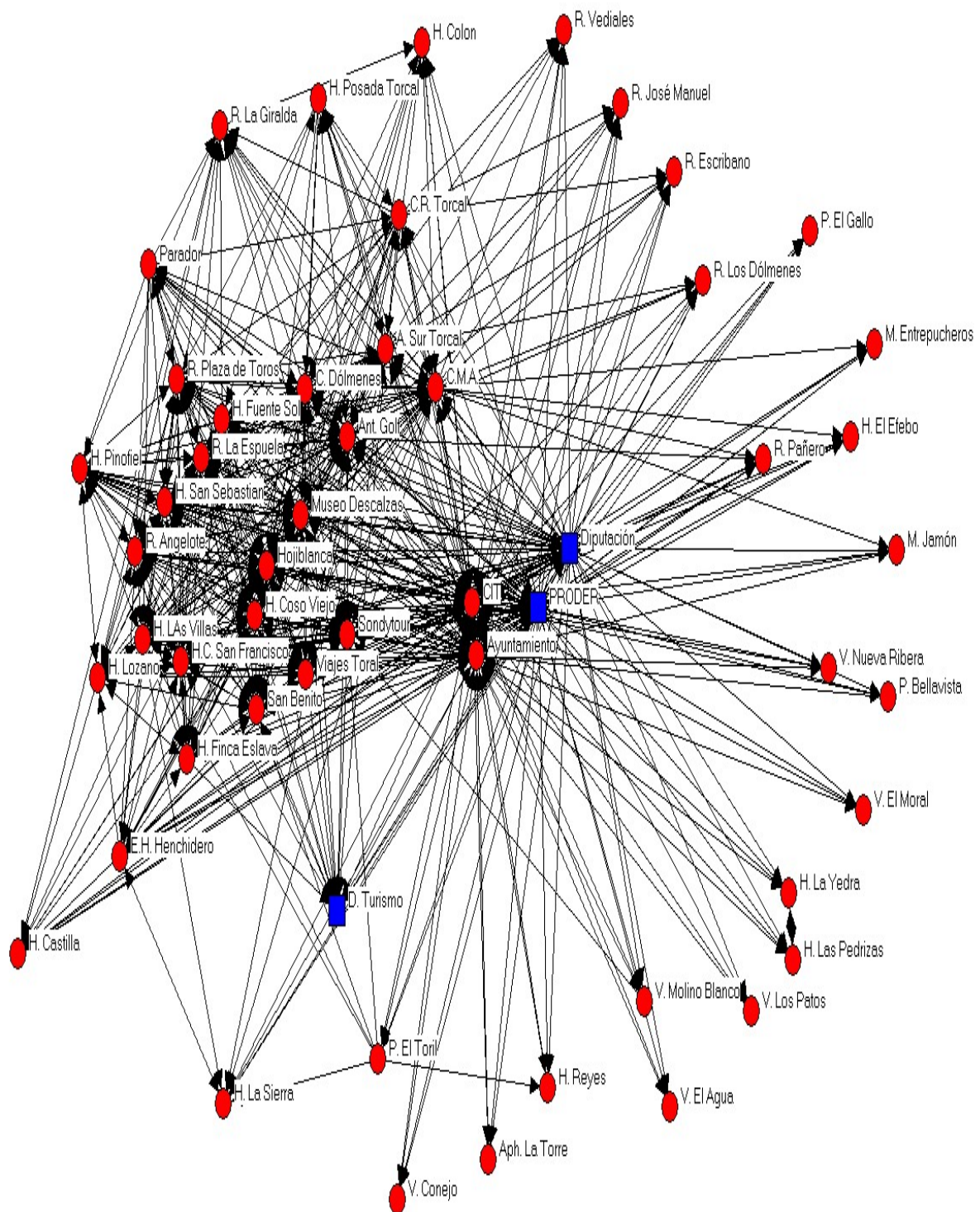
En segundo lugar, en el ámbito de la gestión de producto en Antequera destacan la actividad de articulación de las visitas, es decir, esa función que se da con particularmente esta ciudad, y que hace que un se articule y organice la visita a un cliente, si es un negocio, o a un usuario si es desde alguno de los puntos de información turística, y que consiste en que se le realiza al turista, desde el hotel o desde el punto de información, las gestiones para facilitar su visita contactando y concretando la visita a los recursos o realizando las reservas en los restaurantes, o a veces las reservas en los hoteles cuando es necesario. Esta actividad muy destacada y practicada por un número considerable de actores obliga a que estos establezcan relaciones entre ellos vinculadas a la gestión de las visitas y reservas de los turistas y, por tanto, aporta un valor importante en el cómputo de la densidad de las relaciones que se producen en el Sistema Turístico Local de Antequera.

En este ámbito de la gestión, también puede ser destacada la acción del tren turístico que ha permitido la implicación de un número importante de actores para tener en funcionamiento este sistema de transporte y acceso de los turistas a los recursos de la ciudad. También en este ámbito, hay que destacar la elaboración de paquetes turísticos, ya que es una actividad que implica activamente a un número importante de actores, lo que provoca que éstos tengan que impulsar un conjunto de actuaciones considerables de forma coordinada con los otros actores, y que por tanto dicha actividad tenga un peso importante en las relaciones que se llevan a cabo en el Sistema de Antequera. Respecto al ámbito de la promoción turística hay que destacar que están implicados todos los actores de la red, la mayor parte de ellos de forma

pasiva, pero por el contrario existen cuatro de ellos que promueven relaciones con todos los actores para realizar actuaciones promocionales, y que por tanto al ser cuatro las relaciones se incrementan de forma considerable, que si fueran menos. En cuarto lugar, en referencia al ámbito de comercialización hay que poner de manifiesto que están implicados un buen número de actores, pero que se relacionan poco entre ellos, de manera que existe un actor central que promueve relaciones, pero entre los actores que están implicados con este actor central no se producen interacciones, es decir, son relaciones bilaterales más que multilaterales, lo que incide directamente en que esta red aporte poca densidad relacional a las relaciones del Sistema Turístico Local de Antequera en su conjunto.

En lo que se refiere a los actores, se pueden destacar las siguientes características generales: en primer lugar, existe claramente un liderazgo compartido en la red de relaciones del Sistema Turístico Local de Antequera, donde las posiciones centrales y de liderazgo están ocupadas por el Ayuntamiento y el Centro de Iniciativas Turísticas, que están implicados de forma activa e impulsan la mayor parte de las actividades turísticas de la ciudad. Este liderazgo compartido, es quizás la característica más significativa de la red.

En segundo lugar, es necesario poner de relieve que existe un nutrido grupo de actores turísticos que están intensamente implicados en las interacciones que dan forma a las acciones turísticas que se llevan a cabo en la ciudad; se trata de un grupo de actores que coinciden con aquellos declaradamente preactivos, es decir, que son conscientes de que es necesario impulsar acciones de forma conjunta para la mejora general del turismo de Antequera como vehículo para mejorar sus actividades particulares. En este núcleo duro se encuentran los hoteles de cuatro estrellas de la ciudad (Finca Eslava, Antequera Golf, Fuente del Sol, Conde Pinofiel, Posada del Torcal, La Sierra), los hoteles de tres estrellas (Lozano, Coso Viejo, Plaza de San Sebastián, Las Villas de Antikaria), los hoteles de dos estrellas del centro histórico (Castilla y San Francisco) los restaurantes del centro histórico (Angelote, La Giralda, La Plaza de Toros), la Asociación Sur de El Torcal, el Complejo Rural de El Torcal, los actores con responsabilidad en la gestión de recursos como el Museo de las Descalzas, el Complejo Arqueológico de los Dólmenes, o la Consejería de Medio Ambiente responsable del Paraje Natural de El Torcal, y las empresas de gestión de visitas a Antequera Viajes Toral y Sondytour. Todos estos actores conforman el núcleo duro de las relaciones turísticas en la ciudad de Antequera, y que de manera clara se pueden ver en el gráfico anterior donde aparecen en la parte izquierda del mismo, donde se puede apreciar la maraña de relaciones que se establecen entre ellos, de igual forma que se pueden apreciar en el indicador de grado de centralidad, tanto de entrada como de salida, que para ambos estos actores presentan unos datos muy significativos, lo que denota que tienen capacidad para el desarrollo de actuaciones, y que son importantes e influyentes, ya que son demandados por los otros actores para realizar las actuaciones turísticas; son un conjunto activo de actores que con sus relaciones aportan un valor importante a la densidad de la red. Sus relaciones se producen fundamentalmente en el ámbito de la creación y la gestión de producto turístico en Antequera y adoptan un papel clave en la red de comercialización donde aportan todas las relaciones y las actividades que como consecuencia de éstas se llevan a cabo en el ámbito de la comercialización turística.

GRÁFICO 2. RED DE ACTORES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE ANTEQUERA

Fuente: Elaboración propia

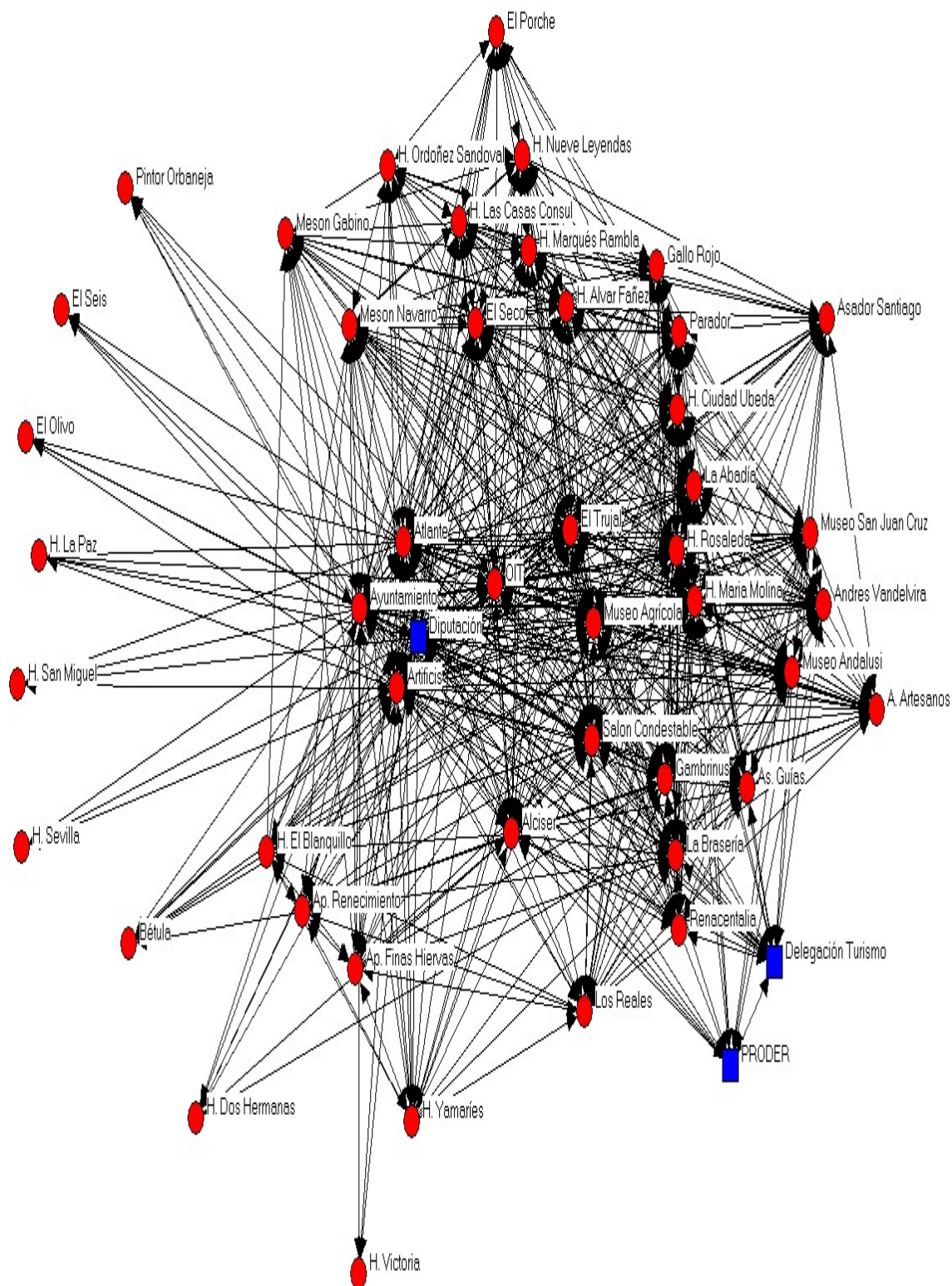
En tercer lugar, y en referencia a los actores del entorno del Sistema Turístico Local, hay que resaltar que el PRODER es un actor especialmente activo, lo que le permite ocupar una posición de clara centralidad en la red, ya que está implicado en muchas de las actuaciones que se llevan a cabo en la ciudad, fundamentalmente por su capacidad para aportar recursos económicos a las mismas. Asimismo, destaca también la posición de la Diputación de Málaga, quién a través del Patronato de la Costa del Sol desempeña una acción importante en el ámbito de la promoción turística, lo que le lleva a establecer interacción con todos los actores del sistema. Por el contrario, la Delegación de Turismo tiene un papel menos destacado, ya que fundamentalmente interactúa con los actores públicos y con muy pocos privados. En último lugar, señalar que en la parte derecha del gráfico se sitúan los actores más pasivos del Sistema Turístico, es decir, aquellos que no se implican en las relaciones para poner en marcha actividades turísticas en la ciudad, se trata fundamentalmente de las ventas, de las pensiones, de los hoteles de más baja categoría y de los restaurantes que están en el centro de la ciudad.

Para terminar lo relativo a los actores, es más que interesante poner de manifiesto que en la red de relaciones que es propia del Sistema Turístico Local de Antequera existe un conjunto importante de actores que muestran una clara capacidad, que cuentan con iniciativa para liderar e impulsar actuaciones turísticas en la ciudad, que se aleja así de la dependencia absoluta de un solo actor, sino que existe ese conjunto de actores que conforman el núcleo duro del turismo de la ciudad que aportan dinamismo e implicación a esta red.

La anterior situación descrita se ve muy clara cuando se atiende al grado de intermediación que presenta esta red general. Se puede apreciar de forma clara que existe un buen número de actores que tiene capacidad de intermediación, es decir, que es capaz de interconectar a otros actores e implicarlos en acciones de forma conjunta. Está claro que la capacidad de intermediación más importante la tiene el Ayuntamiento y el CIT, pero no deja de ser relevante el hecho de que existen al menos otros siete actores que por sus funciones en los distintos ámbitos del proceso productivo tienen una destacada capacidad para intermediar entre otros actores y, por tanto, presentan una potencialidad extraordinaria para la red de Antequera, ya que se demuestra que tienen capacidad para provocar contactos, para implicar a otros actores en acciones conjuntas. Así, cada uno en sus ámbitos son destacados los datos del grado de intermediación que presentan actores como el PRODER, el hotel Antequera Golf, la Asociación Sur de El Torcal, la Consejería de Medio Ambiente o las empresas Sondytour o Viajes Toral. En definitiva, un nutrido grupo de actores que se les reconoce la capacidad de intermediación, y por tanto, su potencialidad para impulsar actuaciones nuevas que se han de desarrollar de forma conjunta.

En último lugar, se puede destacar la característica que presentan las relaciones entre los actores turísticos de Antequera, y es que aún siendo cierto que la mayor parte de las relaciones entre estos actores son puntuales y se basan en la confianza, también es cierto, y por tanto debe ser destacado, que existen un considerable número de relaciones que se producen de forma continuada en el tiempo, e incluso que se mantienen estables a lo largo del mismo, y que son articuladas formalmente. Esto proporciona a esta red de Antequera cierto grado de seguridad y permanencia en el tiempo, lo cual le aporta un grado de significación considerable. A este respecto, pueden ser destacadas las relaciones estables y formales en actividades tan importantes como la formación turística, la elaboración de paquetes y la comercialización turística.

GRÁFICO 3. RED DE ACTORES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE ÚBEDA



Fuente: Elaboración propia

En la página anterior aparece el gráfico que representa la red general de relaciones entre los actores turísticos de la ciudad de Úbeda, y que por tanto recoge todas las relaciones que se producen entre todos los actores del Sistema Turístico Local de Úbeda en todos y cada uno de los ámbitos de producción turística que se desarrollan en la ciudad.

Este gráfico sirve para exponer a modo de conclusión los aspectos más importantes de dichas relaciones. El primero de los aspectos que pueden ser destacados tiene que ver con uno de los indicadores utilizados para describir las características estructurales de la red, concretamente la densidad de la red, que tiene un valor del 40,80 por 100. Es decir, que de todas las relaciones que potencialmente podrían producirse entre los actores del Sistema Turístico de Úbeda se dan realmente casi el 41 por 100 de las mismas. Este es un indicador numéricamente importantísimo, ya que muestra que de forma real y efectiva se llevan a cabo una multitud de interacciones entre los actores turísticos de Úbeda para impulsar y desarrollar actuaciones turísticas de forma conjunta. Este indicador, sin duda, representa que existe un número alto de actores que mantienen bastantes relaciones entre ellos, como se puede comprobar de forma clara en el gráfico, en el que perfectamente se ven el número considerable de nodos que representan a los actores, muy unidos unos con otros por líneas que a su vez representan las relaciones que se producen entre ellos.

Este último comentario sirve para poner de manifiesto un aspecto importante que está detrás de muchas de las relaciones que se producen en la ciudad de Úbeda para impulsar actuaciones turísticas de forma conjunta. A saber, que la motivación de los actores para desarrollar acciones turísticas de forma conjunta tiene una base mercantil, es decir, la enfocan como una mejora directa de sus negocios, y no tan directamente con la mejora en conjunta de la actividad turística de la ciudad de Úbeda. Por tanto, la mayoría de las relaciones se fundamentan, mercantilmente, como medio para obtener ingresos de cada uno de los negocios que se implica en las acciones turísticas.

En referencia a los ámbitos que más aportación realizan a las relaciones que se producen en la ciudad de Úbeda, hay que decir que, en primer lugar, está el de gestión del producto turístico; en segundo lugar, el de creación de producto; seguido por el de promoción turística; y en cuarto y último lugar se sitúa el ámbito de comercialización.

Sobre las actividades turísticas concretas en las que se producen las relaciones de los actores del Sistema Turístico Local de Úbeda se puede destacar lo siguiente: en lo que se refiere al ámbito de creación de producto destacan, especialmente, la organización de eventos turísticos como aquella actividad que a más actores implica en su organización; concretamente se trata de las Jornadas Gastronómicas en el Renacimiento y las Fiestas del Renacimiento, ambas impulsadas por el Ayuntamiento de la ciudad, y en la que están implicados un conjunto considerable de actores.

También, cobra especial importancia, en este ámbito, las interacciones basadas en el asesoramiento de unos actores a otros para el establecimiento de las características y los principios de gestión de los establecimientos turísticos. En el marco del ámbito de la gestión del producto turístico se puede resaltar en primer lugar, lo que se ha denominado como “envío de clientes”, en el que unos establecimientos a otros se envían clientes para que le presten un determinado servicio, principalmente de hoteles a restaurantes y a empresas de gestión de visitas, y de éstas hacia los hoteles y los restaurantes; también cobra especial importancia en la gestión de producto turístico tres acciones que son las que más interacción producen en este ámbito y que se concretan en actuaciones turísticas que implican a un buen número de actores turísticos de Úbeda; se está haciendo referencia a la articulación de los dos bonos turísticos que existen en la ciudad de dos de las empresas de gestión de visitas y a los paquetes turísticos impulsados por la Comercializadora de Jaén.

Respecto a las acciones de promoción turística, destacan las que impulsan la Diputación Provincial de Jaén y el Ayuntamiento, consistentes en la edición de material informativo en distintos soportes en los que se incluyen los datos y las características fundamentales de los recursos, servicios y equipamientos de la ciudad, y también la realización de otras actividades como la asistencia a ferias, los Work Shop y los viajes de familiarización en los que las dos instituciones implican a participar a un número importante de actores de la ciudad; y en este mismo ámbito de actuación turística destacan por su impacto en las relaciones y en la red de promoción las actuaciones que implican a los actores turísticos en la promoción de los bonos turísticos y los paquetes turísticos que se han elaborado y configurado en el ámbito anterior. Algo parecido ocurre en el ámbito de comercialización turística, en el que las actividades que en él se desarrollan tienen que ver, precisamente, con la comercialización de los dos bonos turísticos y de los paquetes turísticos que existen en la ciudad, acciones que son las que configuran dicha red fundamentalmente.

En lo referente a los actores se pueden destacar las siguientes características: en primer lugar, destaca el hecho de que como se puede comprobar en el gráfico y por lo que se destaca en el indicador del grado de centralidad no existe un único actor que sea el líder absoluto de la red, que ocupe en solitario una posición central en la red de relaciones, sino que al contrario, se pueden encontrar al menos cuatro actores que ocupan estas posiciones centrales en la red, y que de alguna manera lideran el impulso de las actividades turísticas conjuntas en Úbeda, lo que le configura un aspecto muy característico a dicha red, que ha sido el destacado anteriormente multiliderazgo, que sin duda tiene una implicación directa en la alta densidad que se produce en esta red, ya que son un número importante de actores que desarrollan muchas relaciones, lo cual afecta directamente a dicho indicador y a la forma que adopta esta red; estos cuatro actores son Artificis, Atlante, el Ayuntamiento y la Diputación Provincial de Jaén; el centro de la red, por tanto, está formado por cuatro actores.

El segundo aspecto que puede ser destacado, es que existe un número muy importante de actores turísticos que están intensamente implicados en el desarrollo de las actuaciones conjuntas que se producen en la ciudad de Úbeda, lo que hace que su posición en la red, como se puede comprobar en el gráfico no esté muy alejada de los actores centrales, y que tengan un grado de centralidad de salida no mucho más bajo que los actores centrales que se sitúa entre los 43 y 20; esta circunstancia se puede comprobar, también, perfectamente en el gráfico de la red, donde si se realiza un corte diagonal de izquierda a derecha los actores más intensamente implicados quedarían en la parte superior; aquí se encuentran los restaurantes con vocación turística de la ciudad que se ubican en el centro histórico y en sus proximidades (Museo Agrícola, Salón Condestable, Los Reales, La Brasería, Gambrinus, El Trujal, La Abadía, El Seco, El Asador de Santiago, el Porche, el Gallo Rojo, el Mesón Gabino y el Mesón Navarro), los hoteles de cuatro, tres y dos estrellas con encanto situados en el centro histórico (María de Molina, Parador, Alvar Fáñez, Marqués de la Rambla, Las Casas del Cónsul, Ordóñez Sandoval, Nueve Leyendas y el Ciudad de Úbeda), también, se encuentran en este grupo de actores intensamente implicados los museos de la ciudad (San Juan de la Cruz y Andalusí); las otras tres empresas de gestión de visitas (la Asociación de Guías, Andrés Vandelvira y Renacentalia) y los actores del entorno (PRODER y la Delegación de Turismo en Jaén de la Junta de Andalucía); y la Oficina de Información Turística.

Un tercer grupo de actores es el formado por los establecimientos de alojamiento de menor categoría, que no siendo de los más implicados sí presentan cierto grado de interacción con los otros actores; aquí se encuentran los apartamentos turísticos Renacimiento y Finas Hiervas y las hospederías El Blanquillo y Yamaríes.

En cuarto lugar, aparecen los actores que están más al margen de las relaciones que desarrollan actuaciones turísticas conjuntas en la ciudad; estos actores son los restaurantes y establecimientos de alojamiento que no tienen vocación turística entre los que se encuentran los restaurantes Pintor Orbaneja, El Seis, El Olivo, Bétula y los alojamientos La Paz, San Miguel, Sevilla, Victoria y Dos Hermanas. Pero todavía hay dos aspectos que sobre los actores son interesantes comentar: en primer lugar, a pesar de que como se ha puesto de manifiesto anteriormente todos los actores con vocación turística de la ciudad están implicados de manera importante en las relaciones del Sistema Turístico Local, existen unos que lo están más que otros; así, se puede destacar que los restaurantes están más implicados que los hoteles, y dentro de los restaurantes tienen una especial implicación los creados recientemente sobre los restaurantes más tradicionales de la ciudad. El segundo de los aspectos mencionados tiene que ver con el papel del Ayuntamiento, con su implicación en el Sistema Turístico Local, ya que se puede destacar que su implicación se limita a dos de los ámbitos de producción turística, concretamente al de creación y al de promoción, y se encuentra fuera del de comercialización, y lo que resulta más llamativo y significativo es el hecho de que en el ámbito de gestión de producto ocupe una posición muy marginal en dicha red y no lidere los procesos de cooperación y colaboración de dicho ámbito de gestión del producto turístico.

Otro aspecto relevante para comprender las características de las relaciones del Sistema Turístico Local de la ciudad de Úbeda lo proporciona el indicador del grado de intermediación que presenta la red. A este respecto, se puede contrastar, uno de los aspectos más característicos de las relaciones, y es el hecho del aquí denominado multiliderazgo, que se manifiesta en que existen un conjunto de actores que ocupan la posición central en la red. Esta situación queda confirmada, también, a partir de los datos de este indicador, ya que, existen al menos tres actores que tienen una destacada capacidad de intermediación, es decir, de convertirse en nodos que interconectan a otros actores, y pueden implicarse en impulsar, por su posición de intermediarios, actuaciones entre otros actores que se comunican menos en los diferentes ámbitos del proceso de producción turística en la ciudad. Concretamente se trata de las empresas de gestión de visitas Artificis, Atlante y el Ayuntamiento quienes presentan el mayor grado de intermediación, y de interconexión de actores. Pero, son también destacables los datos que presentan otros actores de la red, como la Diputación Provincial de Jaén, el Museo Agrícola o la Oficina de Información Turística, que muestran, también, una capacidad no desdeñable de interconexión de actores, de intermediación en actuaciones turísticas en la ciudad de Úbeda.

El último de los aspectos característicos de las relaciones del Sistema Turístico Local de Úbeda está relacionado con el tipo de relaciones que se ponen en marcha en la ciudad para articular el desarrollo conjunto de las actuaciones turísticas. Así, puede ser destacado el número tan importante de relaciones que se producen de forma estable a lo largo de periodos de tiempo, frente a las relaciones más puntuales; y también, el hecho de que muchas de estas relaciones estén formalizadas, es decir, articuladas a través de contratos o acuerdos por escrito. Esto, sin duda, incide en un importante grado de formalización de las relaciones que se producen entre los actores en la ciudad de Úbeda.

La siguiente tabla que contiene la densidad relacional de cada una de las redes de actores para cada uno de los ámbitos del proceso productivo y la densidad general de toda la actividad turística para cada uno de los casos de estudio y el Índice de Desarrollo Turístico² puede ser ilustrativa.

² El Índice de Desarrollo Turístico está obtenido del informe socioeconómico que elabora La Caixa.

CUADRO 1. DENSIDAD DE LAS RELACIONES ENTRE ACTORES TURÍSTICOS E ÍNDICE DE DESARROLLO TURÍSTICO

ÁMBITO	ÉCIJA	ANTEQUERA	ÚBEDA
Creación	15,19%	21,98%	19,81%
Gestión	4,94%	15,86%	28,36%
Promoción	6,66%	8,39%	11,45%
Comercialización	0,46%	1,05%	7,83%
General	18,85%	29,25%	40,90%
Índice Turístico	10	38	47

Fuente: Elaboración propia

Como se puede comprobar, la densidad de las relaciones es considerablemente más elevada en Úbeda que en Antequera y que en Écija para cada uno de los ámbitos del proceso productivo y la de Antequera más elevada que la de Écija. Así que además se puede comprobar una correspondencia entre el mayor nivel de densidad de las relaciones público-privadas entre los actores turísticos y su nivel de desarrollo turístico, de forma que a mayor densidad relacional también coincide un mayor nivel de desarrollo turístico.

A continuación se presenta otra tabla que permite apreciar las características del contenido de las relaciones y el grado de desarrollo turístico de cada una de las ciudades.

CUADRO 2. CARACTERÍSTICAS DE CONTENIDO DE LAS RELACIONES ENTRE ACTORES TURÍSTICOS Y NIVEL DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LAS CIUDADES

CONTENIDOS / CIUDAD		ÉCIJA	ANTEQUERA	ÚBEDA
Actores proactivos		12%	27%	39%
Tipo de actividades colaborativas	Creación	Recursos y servicios	Organización de eventos	Organización de eventos
	Gestión	—	Atención a clientes	Paquetes turísticos y atención a clientes
	Promoción	Asistencia a ferias	Asistencia a ferias	Edición de material promocional
	Comercialización	—	—	Comercialización directa
Predominio del grado de relaciones		Bilateral	Bilateral	Multilateral
Articulación		Puntual y confianza	Estable y confianza	Estable y formal
INDICE TURÍSTICO		10	38	47

Fuente: Elaboración propia

Como se puede comprobar en la tabla anterior existe una vinculación clara entre el nivel de desarrollo turístico de las ciudades y las características de las relaciones entre los actores turísticos. Así, se puede comprobar que en Úbeda existe un mayor número de actores preactivos, el tipo de actividades turísticas principales son actividades de una mayor nivel de innovación turística, son relaciones multilaterales y predominantemente estables y formalizadas, a diferencia de los otros dos casos donde existen menos actores preactivos, las actividades turísticas son más tradicionales y son relaciones poco estables y basadas en la confianza.

5. CONCLUSIONES

Como se ha podido comprobar en el estudio expuesto existe una clara correlación entre el nivel de desarrollo turístico y las características de las relaciones entre los actores turísticos de cada uno de los tres casos expuestos. De esta forma, se puede apreciar que a medida que el nivel de desarrollo turístico es más elevado también lo es la densidad y el número de actores centrales de las redes de relaciones de actores, y más estables y formales son dichas relaciones. Asimismo, lo que no ha permitido comprobar el estudio (y se seguirá trabajando en el futuro) es la dirección de la causalidad entre relaciones y desarrollo turístico, pero lo que si demuestra es que están directamente correlacionadas, a mayor nivel turístico del territorio, mayor dinámica colaborativa público-privada existe.

De esta manera, se puede ver el interés que para avanzar en los estudios y análisis de la competitividad turística de los territorios tiene abordar el estudio de la actividad turística a través del concepto de Micro-clusters y especialmente de sus elementos fundamentales que son los actores turísticos y sus relaciones, ya que sin duda alguna el Capital Social que esto representa está directamente vinculado al nivel de desarrollo turístico que presentan los territorios, y por añadido del desarrollo económico que se puede lograr para el territorio a través del turismo.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Aas, Ch., Ladkin, A. y Fletcher, J. (2005): "Stakeholder Collaboration and Heritage Management", *Annals of Tourism Research*, 32, pp. 28-48.
- Alburquerque, F. (1999): "Cambio estructural, desarrollo económico local y reforma de la gestión pública" en Marsiglia, J., *Desarrollo local en la globalización*, CLAEH, Uruguay.
- Alburquerque, F. (2004): "Sistemas productivos locales: una mirada desde la política económica local para la generación de empleo", Programa AREA, Buenos Aires.
- Alonso, J.L. y Méndez, R. (2000): *Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España*, Civitas, Madrid.
- Aydalot, P. (1986): *Milieux Innovateurs en Europa*, GREMI, París.
- Becattini, G. (1989): *Modeli locali di sviluppo*, Il Mulino, Bolonia.
- Becattini, G. (1991): "The Industrial District as a Creative Milieu", en Benko, G. y Dunford, M., *Industrial Change and Regional Development*, Belhaven Press, Londres.
- Bogatti, F. F., Everett, M. G. y Freeman, C. (2002): *Ucinet for Windows: Software for Social Networks Analysis*, Harvard University, Harvard.
- Bramwell, B. y Lane, B. (1999): "Collaboration and Partnerships for Sustainable Tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 7, pp. 179-181.

- Dredge, D. (2006): "Policy networks and the local organization of tourism", *Tourism Management*, 27, pp. 269-280.
- Caporali, R., Volker, P. y Botafogo, L. (2002): "Papers. Strategics Research and Economics Knowlesg Centre", Sistemas Productivos Locales: puntos para una construcción metodológica, exchange.unido.org.
- Caravaca, I., González, G. y Silva, R. (2003): "Redes e innovación socio-institucional en Sistemas Productivos Locales", *Boletín de la AGE*, 36, pp. 103-115.
- Caravaca, I., González, G., Méndez, R. y Silva, R. (2002): *Innovación y Territorio. Análisis comparado de Sistemas Productivos Locales en Andalucía*, Consejería de Economía y Hacienda, Junta de Andalucía, Sevilla.
- Durston, J. (2000): *¿Qué es el capital social comunitario?*, CEPAL, Santiago de Chile.
- Hanneman, R. A. (2000): *Introducción a los métodos del análisis de redes sociales*. Universidad de California Riverside.
- Hsin-Yu Shih (2006): "Network characteristics of drive tourism destinations: An application of network analysis in tourism", *Tourism Management*, 27, pp. 1029-1039.
- Lazzaretti, M y Petrillo, E (2006): *Tourism Local Systems and Networking*, Elsevier, Oxford.
- Maillat, D. (1995): "Les milieux innovateurs", *Sciences Humaines*, 8, pp. 15-29.
- Medeiros, L. y Bramwell, B. (2002): "Partnership and regional tourism in Brazil", *Annals of Tourism Research*, 4 vol. 24, pp. 1138-1164.
- Michael, E (2007): *Micro-Clusters and Networks: The Growth of Tourism*, Elsevier, Oxford.
- Millán, R y Gordon, S (2004): "Capital social: una lectura de tres perspectivas clásicas", *Revista Mexicana de Sociología*, nº 4, pp. 711-747.
- Molina, J. L. (2001): *El análisis de redes sociales. Una introducción*. Ediciones Bellaterra, Barcelona.
- Novelli, M., Schmitz, B. y Spencer, T. (2006): "Networks, cluster and innovation in tourism: A UK experience", *Tourism Management*, 27, pp. 1141-1152.
- Pavlovich, K. (2003): "The evolution and transformation of a tourism destination networks: the Waitomo Caves, New Zealand", *Tourism Management*, vol. 24, pp. 203-216.
- Pforr, Ch. (2006): "Tourism Policy in the Making. An Australian Network Study", *Annals of Tourism Research*, vol. 33 (1), pp. 87-108.
- Pulido, J. I. (2005): *Criterios para una política turística sostenible en los parques naturales de Andalucía*, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la J. A, Sevilla.
- Quiroga, A. (2003): *Introducción al análisis de datos reticulares*, Universidad Pompeu Fabra, Barcelona.
- Klisberg, B y Tomassini, L. (2000): *Capital social y cultura: las claves estratégicas para el desarrollo*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Rodríguez, J. A. y Mérida, F. (2005): *Guía práctica de redes sociales*, Universidad de Barcelona, Barcelona.
- Sautter, E. T. y Leisen, B. (1999): "La gestión de las partes interesadas. Un modelo de planificación turística", *Annals of Tourism Research*, 1, pp. 109-119.
- Selin, S. y Chavez, D. (1995): "Developing an Evolutionary Tourism Partnerships Model". *Annals of Tourism Research*, 22 (4), pp. 844-856.
- Snack, S. y Keefer, Ph. (1997): Does Social Capital Have an Economic Pay Off?, *The Quaterly Journal of Economics*, Vol. CXII, pp. 234-258.

- Vázquez, A. (1999): *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno*, Pirámide, Madrid.
- Vázquez, A. (2000): “Desarrollo Local y Territorio”, en Pérez, B. y Carrillo, E., *Desarrollo Local: Manual de Uso*, ESIC. Madrid.
- Vernon, N., Essex, S., Pinder, D. y Curry, K. (2005): “Collaborative Policimaking. Local Sustainable Projects”, *Annals of Tourism Research*, vol. 32 (2), pp. 325-345.
- Woolcock, M y Narayan, D (2000): “Social capital: implications for development theory, research and policy”, *World Bank Research Observer*, 15 (2), pp. 225-249.
- Yuksel, F., Barmwell, B. y Yuksel, A. (1999): “Stakeholder interviews and tourism planning at Pamukkale, Turkey”, *Tourism Management*, 20, pp. 351-360.