

La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales. Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico

Rafael Merinero Rodríguezⁱⁱ

Universidad Pablo de Olavide (España)

Elias Zamora Acostaⁱⁱⁱ

Universidad de Sevilla (España)

Resumen: El actual escenario turístico caracterizado por los procesos de desintermediación y los nuevos parámetros de la demanda turística imponen nuevos retos para los espacios turísticos. Los actores turísticos de un territorio y sus relaciones son un elemento necesario para la articulación efectiva del espacio turístico, ya que cobran un valor especial en las estrategias y las acciones que tienen que emprenderse en dicho territorio para adaptarse a las nuevas condiciones del contexto. Por tanto es necesario prestar cada vez más atención a la “gestión activa del espacio turístico”. Así, a través del modelo del Sistema Turístico Local se podrá establecer qué vinculación existe entre el desarrollo turístico de un territorio y las relaciones entre los actores implicados, aplicando novedosas metodologías de análisis en ciudades patrimoniales.

Palabras clave: Redes de actores turísticos; Análisis de Redes Sociales (ARS); Sistema turístico local; Colaboración público-privada.

Abstract: The new tourist scenery characterized by the intermediation extinction processes and the new parameters in tourist demand, set new challenges for tourist areas. Actor from a certain tourist area and its connections are basic for the real articulation of the area, this is because they become very important in the strategies and actions that must be undertaken to adapt to the new context conditions, therefore is becoming more important to pay attention to the “active management of tourist areas”. With the use of the Local tourist System it will be possible to set the type of relationship exists between the actors, applying new analysis methodologies in heritage cities.

Keywords: Networks of tourism; Analysis of Social Networks; Local tourism system; Public-private Collaboration

ⁱⁱ • Rafael Merinero Rodríguez. Departamento de Ciencias Sociales. Área de Sociología. Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla. E-mail: rmerrod@upo.es

ⁱⁱⁱ • Zamora Acosta. Departamento de Antropología Social. Universidad de Sevilla. E-mail: ezamora@us.es

Introducción

Desde no hace mucho tiempo se está poniendo de manifiesto la importancia que tiene atender a la denominada *gestión activa del destino* como elemento fundamental de la competitividad del turismo (Pulido, 2005). Poner el foco de atención en la gestión implica, en primer lugar, realizar un esfuerzo por operacionalizar analíticamente dicho concepto y establecer, por tanto, cuáles serán las variables a las que habrá que prestar interés para su comprensión en profundidad.

Recientemente ha aparecido un conjunto de publicaciones sobre el turismo que han proporcionado un avance considerable en la línea de trabajo anteriormente mencionada, y que tienen que ver con la aplicación a la actividad turística de la *Teoría de los Sistemas Productivos Locales*, hasta ahora utilizada principalmente para el estudio 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 el Sistema Turístico a través de sus dos elementos básicos: los actores que intervienen en la actividad turística de dicho territorio y las relaciones productivas que se dan entre ellos. Y el déficit es consecuencia precisamente del escaso tratamiento analítico que se hace de las relaciones que efectivamente se producen en el territorio para abordar actividades turísticas.

En la línea del análisis de las relaciones entre los actores implicados en un sistema turístico local en orden a llevar a cabo una gestión activa de los destinos se ha desarrollado en los últimos años una aproximación basada en la aplicación de la denominada *Teoría de los Stakeholders* (Aas, Ladkin y Fletcher, 2005; Bramwell y Lane, 1999; Medeiros y Bramwell, 2002; Sautter y Lei-

den, 1999; Selin y Chavez, 1999; Yuksel, Bramwell y Yuksel, 1999). Esta línea de trabajo ha aportado aproximaciones de interés en el análisis de las relaciones y especialmente en lo que tienen que ver con los factores condicionantes de las relaciones entre los actores, tales como los obstáculos a la participación activa de los mismos, la influencia de la confianza en las relaciones entre actores, etc. Se ha tratado, por tanto, 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.

Lo que estos trabajos no permiten conocer es la dinámica real de las relaciones entre los actores, es decir, la dinámica de colaboración que efectivamente se produce entre aquellos componentes del sistema que realmente interactúan para desarrollar actividades 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 territorio, es necesario que se preste atención a estos factores dinámicos de las relaciones entre los actores que son el fundamento del proceso productivo del turismo. Por la especificidad del proceso productivo de la actividad turística, en el que la colaboración y las relaciones se convierten en un aspecto más que fundamental, prestar atención a las dinámicas reales de colaboración que se producen entre los diversos actores (ya sean públicos o privados) que operan en el territorio, es el elemento clave para comprender el papel que tiene la gestión activa en el desarrollo del turismo en un territorio.

El trabajo que ahora se presenta intenta subsanar algunas de estas carencias. En este sentido, nuestro interés estriba no sólo en mostrar qué clases de relaciones existen entre los actores del sistema turístico local, sino cómo son esas relaciones, cuál es su dinámica y cuál su importancia 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, en el estudio del

funcionamiento de la oferta turística de un determinado territorio, cómo funciona y en qué se concreta la oferta del producto turístico. 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 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).

Desarrollo turístico: una perspectiva desde el análisis relacional

El turismo es una actividad compleja en la que intervienen una gran cantidad de elementos entre los que se establecen múltiples y variadas relaciones. Es por ello por lo que el análisis de esas relaciones ha sido uno de los objetivos de la investigación de la actividad turística en los últimos años. Uno de los intentos de explicación del papel de esas relaciones ha tenido como fundamento la utilización de los presupuestos de la Teoría General de Sistemas, dado que cualquier actividad turística puede ser concebida como un sistema abierto que mantiene con su entorno ciertas relaciones de conflicto y cooperación de las que resultan la viabilidad y el éxito de la misma (Beni, 1993). La utilización de la Teoría General de Sistemas permitiría salir de la fragmentación que ha caracterizado el análisis del fenómeno turístico, una consecuencia lógica de un método científico que preconiza la segmentación del objeto y el análisis pormenorizado de cada una de sus partes, para una posterior integración comprensiva que, en realidad, casi nunca se produce. Han sido muchas las aproximaciones que en los últimos treinta años se han hecho desde esta perspectiva analítica para comprender la naturaleza de la actividad turística (Leiper, 1979; Molina, 1986; Beni, 1993; Santana, 1997; Schulte, 2003; Jiménez, 2005; Prats y Guia, 2004) pero, desde nuestro punto de vista, ninguna de ellas ha conseguido explicar la lógica de su funcionamiento: en ninguno de los análisis intentados se logra comprender y explicar la naturaleza de las relaciones que se producen entre las partes del sistema y entre éste y su entorno.

Una segunda aproximación se ha centrado en el análisis de los procesos de participación de la sociedad civil en la configuración de planes y proyectos turísticos en un determinado territorio. Desde finales de los años setenta se ha venido destacando en la literatura científica sobre turismo que es necesario prestar atención a esta participación de la sociedad civil en la configuración de los proyectos turísticos que se ponen en marcha en el mismo. Efectivamente, la participación ciudadana es una parte sustantiva del conjunto de relaciones e interacciones que tienen lugar en la actividad turística, en las que la relación entre agentes públicos y privados resulta ser uno de sus elementos caracterizadores.

La primera aproximación al análisis de la actividad turística en la que se destaca la importancia de la participación en la caracterización de la misma, fue la llevada a cabo por Emmanuel De Kadt a finales de los años setenta del pasado siglo: en un trabajo dedicado al análisis de los procesos de planificación del turismo en los países en vías de desarrollo, De Kadt puso de manifiesto cómo los aspectos no materiales del desarrollo turístico no habían sido tenidos en cuenta la mayoría de los análisis, de manera que eran sistemáticamente desatendidos los costes no económicos de la actividad, lo que iba en perjuicio de su comprensión (De Kadt, 1979).

Pero fueron las aportaciones de Jost Krippendorf las que, a principios de los ochenta del pasado siglo, evidenciaron que, ya no sólo para el Tercer Mundo sino para el desarrollo del turismo de cualquier territorio, la participación de la comunidad era más que necesaria (y en tal medida debía ser tenida en cuenta en el análisis) dado que en la actividad turística se estaban produciendo cambios importantes que hacían que las antiguas formas de acción turística, basadas únicamente en las iniciativas individuales e independientes de los actores, quedaran obsoletas (Krippendorf, 1982). Poco después Peter E. Murphy subrayó la importancia de la participación de la ciudadanía en los procesos de toma de decisiones y en la planificación turística de un territorio. Murphy destacó que el turismo resulta ser un importante agente de transformación social que provoca importantísimos impactos negativos sobre las

sociedades locales que la mayoría de las veces se desestiman, y provocan efectos irreparables en términos de destrucción ambiental, limitación de recursos, transformaciones de la estructura económica y de los estilos de vida tradicionales (Murphy, 1983).

Como consecuencia de las aportaciones y propuestas de De Kadt, Krippendorf y Murphy, han sido muchas y destacadas las contribuciones científicas realizadas en este ámbito del análisis de la actividad turística (Ritchie, 1988; Haywood, 1988; Keogh, 1990; Selin y Beason, 1991; Holder, 1992; Greenwood, 1993; Jamal y Getz, 1995; Tosun, 2000; Reed, 1997; Timothy, 1999). Pero a pesar de la abundante literatura sobre el tema, en términos generales todas estas aportaciones presentan, a nuestro entender, una misma carencia: aunque entienden que las relaciones entre los actores resultan un elemento esencial en la actividad turística, se hace de ellas un tratamiento tan limitado que no permite comprender realmente su significación e importancia.

El análisis de las acciones que tienen lugar en la gestión de las actividades turísticas es la tercera forma en que se ha ensayado el análisis relacional en el ámbito del turismo. El primero de los estudios que abordan esta temática es el de Nigel T. Walker quien, a principios de los años ochenta, dio cuenta de cómo un conjunto de actores de un determinado destino impulsan conjuntamente la creación de un producto turístico (Walker, 1983). Del mismo modo que para los otros dos ámbitos de análisis de las relaciones en la actividad turística, en este tercera han sido también muchos los trabajos desarrollados (Elliot, 1987; Teye, 1988; Owen, 1992; Bramwell y Rawding, 1994; Palmer y Bijou, 1995; Teo y Li, 2003; Beesley, 2005; Dregde, 2006). Sin embargo, todos estos trabajos presentan un déficit analítico importante ya que examinan sólo parcialmente las características de las relaciones que se producen entre los actores.

El análisis de las relaciones ha de ser extensivo, lo que hace necesario estudiar todas las dimensiones que permiten caracterizar de manera precisa las relaciones entre actores, es decir, es necesario atender a las tres dimensiones fundamentales que

son la *estructura*, los *contenidos* y a la *configuración*. Ninguno de los trabajos citados trata estas tres dimensiones; por el contrario, todos ellos trabajan de forma especial alguna de ellas, dejando sin analizar el resto, por lo que dejan de explotar toda la magnitud explicativa que es capaz de proporcionar el estudio de las relaciones entre actores para el turismo.

El nuevo escenario turístico (caracterizado por los procesos de desintermediación) y los nuevos parámetros de la demanda turística en los que la experiencia, la mayor actividad en destino y el descubrimiento y autoorganización son elementos claves, imponen nuevos retos para los espacios turísticos, ya sean destinos consolidados o territorios que se encuentran en fases más o menos emergentes de desarrollo. En este nuevo contexto, la gestión de la acción turística ya no recae exclusivamente en los tour-operadores encargados de “empaquetar” un producto en un determinado ámbito territorial, sino que se está produciendo un proceso de traslado de la responsabilidad al propio territorio, imponiendo nuevos retos a los actores que intervienen en el espacio turístico concreto, ya sea en destinos consolidados o en proyectos turísticos de base territorial que están en fases emergentes de su desarrollo. Este escenario convierte las relaciones de colaboración entre los actores que participan en la gestión turística de los destinos urbanos en un elemento clave para su correcto funcionamiento y su eficiencia y, a su vez, hace que sea más que necesario prestar una mayor atención analítica a las relaciones entre los actores turísticos que operan en la ciudad.

El sistema turístico local: un instrumento de análisis de la colaboración entre actores turísticos

Desde la perspectiva relacional que aquí se defiende, el turismo se considera un fenómeno complejo en el que intervienen un gran número de actores públicos y, privados, individuales y colectivos, entre los que se establecen interacciones derivadas de la segmentación y la transversalidad características de la actividad turística. Los actores que intervienen en la actividad, los recursos turísticos utilizados, las relaciones

entre todos ellos, y las que se producen entre éstos y el entorno constituyen lo que hemos venido en denominar el Sistema Turístico Local. Por tanto, como se deduce de la Teoría General de Sistemas y de su aplicación específica a los sistemas sociales (Luhmann, 1998), el estudio de las interacciones que se producen entre los actores para la configuración de la oferta turística de base territorial, adquiere un especial significado debido a la compleja dinámica de los componentes que definen este proceso productivo. De este modo, para que los equipamientos turísticos, los recursos, los servicios, las infraestructuras, la formación, la información, la investigación, la promoción y la distribución turísticos se conviertan en un producto susceptible de ser comercializado, se requiere que funcionen como un todo unificado. Como cada uno de estos componentes del proceso productivo depende de una multitud de agentes diferentes, las interacciones entre éstos cobran más importancia y significado para el análisis del turismo desde el lado de la oferta que desde el lado de la demanda. Las relaciones entre actores desde la perspectiva de la demanda turística son más simples ya que, al formar parte del último eslabón del proceso productivo que es la venta, se trata de relaciones que tienen que ver fundamentalmente con estrategias de precio y de captación de clientes. Por otro lado, las interacciones entre los componentes de la oferta tienen que posibilitar que se construya el producto turístico, que es precisamente lo que hace que las relaciones adquieran una extraordinaria complejidad al depender dicho producto de diferentes actores, muchas veces con estrategias y objetivos diferentes.

Para dibujar las características del turismo en los territorios que van a ser estudiados, el modelo analítico que se propone tiene que permitir identificar tanto a los actores como las relaciones que se producen entre ellos (que caracterizan lo que podemos denominar como el Sistema Turístico Local). En este estudio el Sistema Turístico Local será analizado a través de sus tres partes fundamentales: los elementos del sistema (que incluyen a los agentes turísticos y los componentes de la oferta turística territorial); las relaciones que se establecen entre estos elementos; y las que existen

entre el sistema y su entorno.

Los elementos del sistema: los actores turísticos

Se van a considerar los siguientes actores turísticos: administraciones públicas; empresas de servicios turísticos; grupos de interés empresarial; grupos de interés sindical; agencias sociales locales; personas que poseen recursos turísticos; y personas que generan opinión e influencia.

Para que un actor del territorio sea considerado como tal tiene que reunir dos características fundamentales: 1) una *formal*, en el sentido de que el agente pertenezca a alguno de los tipos descritos anteriormente, y 2) otra *funcional*, es decir, que realice acciones que afecten directamente al Sistema Turístico Local en su conjunto.

Las relaciones entre los elementos actores

Las relaciones que se establecen entre los elementos del sistema son otro de los componentes fundamentales del Sistema Turístico Local. Es necesario analizar las conexiones que se producen entre dichos elementos, la interacción que tiene lugar entre los agentes y los componentes del sistema. El modelo analítico podría establecer *a priori* una serie de modelos en función de diferentes criterios de clasificación para analizar las relaciones que se producen en el sistema turístico local, pero se ha preferido que esta clasificación de relaciones se produzca *a posteriori*, es decir que sea empírica, y que sea resultado de la investigación cualitativa en profundidad realizada en los territorios estudiados.

El entorno del sistema

El Sistema Turístico Local (como cualquier otro sistema real) no existe en el vacío, o de forma aislada o independiente: está inserto en un entorno más amplio (que forma parte del sistema mismo) con el que está en interacción permanente, ya que es precisamente a través de su relación con ese entorno como el sistema turístico local puede seguir existiendo. Del mismo modo que la delimitación de un sistema es una cuestión heurística que tiene que ver directamente con los intereses y objetivos de la investigación, son estos mismos intereses los que permiten seleccionar qué compo-

nentes del entorno van a ser tenidos en cuenta. En el modelo de análisis que estamos presentando se considera que el entorno del Sistema Turístico Local está formado por los agentes que existen en un ámbito territorial más amplio del local, en el que se inserta el sistema, y cuyas acciones le afectan y por las relaciones que se establecen con ellos.

Metodología: el valor del análisis de redes sociales para el estudio de la gestión turística del territorio

Los elementos principales de la nueva línea de trabajo que se está proponiendo aquí, lo componen los actores que intervienen en la actividad turística en un territorio determinado y las relaciones que establecen entre ellos en el curso de las acciones que es necesario 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 de sus relaciones, y es precisamente en esto, en la operacionalización de las relaciones, donde se encuentra el principal fundamento (y la aportación metodológica) de esta nueva línea de trabajo para el estudio del turismo. Para proceder al tratamiento científico de las relaciones en el Sistema Turístico Local se parte del concepto de *proceso productivo turístico del territorio*, que tiene por objeto establecer cuáles 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, promoción, comercialización y articulación o gestión del producto) en cada uno de los cuales se incluye un número determinado de acciones turísticas concretas que son susceptibles de ser realizadas en colaboración por los distintos actores, es decir que están configuradas por la interacción entre ellos. De esta forma, para el ámbito de la gestión de los destinos turísticos las actividades que son susceptibles de ser realizadas en un proceso de colaboración entre los actores son:

- a) En la creación del 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 la 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
- b) En la gestión del 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
- c) En la promoción turística
- Asistencia a ferias
- Asistencia a *Work Shops*
- Edición de material promocional
- Campañas publicitarias
- d) En la comercialización turística
- Comercialización directa
- Comercialización indirecta

Por tanto, los datos necesarios para un análisis de este tipo son los relativos a las relaciones entre los actores que forman parte del sistema y que se obtienen a partir de la detección de las interacciones entre los actores turísticos que operan en un determinado territorio. Para obtener la información relacional necesaria en este modelo analítico se hace imprescindible atender a las características de acción de dichos actores turísticos. De esta forma, se consideran como tales, las administraciones públicas locales, provinciales y regionales; hoteles; restaurantes; empresas de servicios turísticos; y asociaciones de la sociedad civil cuya actividad afecta directamente al turismo del territorio, así como el análisis de documentos que informan sobre las actividades turísticas que se desarrollan. La siguiente tabla puede ser ilustrativa de las técnicas de investigación utilizadas

Cuadro 1. Técnicas de investigación utilizadas

TÉCNICA	INSTRUMENTO	POBLACIÓN	OBJETIVO
Entrevista informante clave	Guión informativo	Persona con conocimiento profundo del turismo de la ciudad	Identificar a todos los actores turísticos de la ciudad Establecer tipología de actores
Entrevista semiestructurada a informantes tipo	Ámbitos temáticos	Personas representativas de los diferentes tipos de actores turísticos de la ciudad	Determinar las características básicas y los componentes de naturaleza de los diferentes tipos de relaciones turísticas que se establecen
Entrevista con cuestionario a todos los actores turísticos de la ciudad (Método de redes completas)	Cuestionario	Todos los actores turísticos que tienen incidencia en la actividad turística de la ciudad	Identificar características de las relaciones entre los actores turísticos de la ciudad
Datos secundarios (Método de redes completas)	Informes, material informativo, folletos divulgativos, páginas Web, etc.	Todo el material existente de la ciudad que pueda ser localizado en las reuniones y entrevistas con actores	Identificar características de las relaciones entre los actores turísticos de la ciudad

Así, mediante la aplicación de dichas técnicas de investigación se puede obtener toda la información relacional, de manera que se puedan conseguir los datos sobre las relaciones que se establecen entre los diferentes actores turísticos de un determinado territorio.

Una vez obtenidos los datos relacionales, 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 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 obtiene el grueso de datos relacionales necesarios para un estudio de redes sociales (Hanneman y Riddle, 2005). A partir de estos datos, 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. Para el caso que se presenta aquí se han utilizado tres tipos distintos de indicadores: 1) 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); 2) el grado de centralidad, que es el número de actores a los que un actor está directamente unido, y 3) la dirección de las relaciones, que pueden ser de salida (las relaciones que un actor tiene con otros actores), y de entrada (el número de actores que tienen relaciones con él). 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 pueden representar 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 su naturaleza o la temática sobre la que versan, ya que estos aspectos pueden proporcionar mucha información sobre el tipo de relaciones y la configura-

ción que puede adoptar la red. También se analiza en qué consiste el soporte de la relación, es decir, si se produce sobre la consulta o la información, sobre la cooperación en la obtención de recursos, sobre la subcontratación o sobre la creación de estructuras conjuntas. El análisis de contenidos proporciona también información sobre los aspectos temporales de las relaciones, es decir, si éstas son puntuales o bien se extienden en el tiempo y son estables a largo plazo. En último lugar proporciona información sobre el grado de formalización de la red, determinando si dichas relaciones se basan en la confianza, en normas o reglas, o en un contrato.

Relaciones entre actores turísticos públicos y privados en las ciudades patrimoniales: el caso del interior de Andalucía

Para comprobar el valor analítico del Sistema Turístico Local (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 aplicado la metodología descrita al análisis comparado la actividad turística de tres ciudades medias del interior de Andalucía con marcado carácter patrimonial: Antequera, en la provincia de Málaga; Écija, en la provincia de Sevilla; y Úbeda, en la provincia de Jaén. La tabla siguiente refleja algunos de los aspectos relevantes a los efectos de este estudio de cada una de estas ciudades.

casos de similares características en cuanto a su población, a su ubicación geográfica, a su papel histórico en la estructuración territorial de Andalucía, con una riqueza de patrimonio cultural similares, y que, sin embargo, presentan distintos niveles de desarrollo turístico. Para determinar el índice de desarrollo turístico se ha optado por utilizar un indicador para medir la importancia del turismo en relación con la estructura económica de cada una de las tres ciudades analizadas; en concreto se ha utilizado el Índice Turístico elaborado por el Servicio de Estudios de La Caixa que se obtiene en función de la cuota o Impuesto de Actividades Económicas correspondiente a las actividades turísticas, el cual se basa a su vez en la categoría de los establecimientos turísticos (hoteles y moteles, hoteles-apartamentos, hostales y pensiones, fondas y casas de huéspedes, campings y apartamentos gestionados por empresas), número de habitaciones y ocupación anual (todo el año o parte del año); por lo que constituye prácticamente un indicador de la oferta turística (La Caixa, 2007).

ÍNDICE TURÍSTICO DE LAS CIUDADES ESTUDIADAS			
Ciudad	Écija	Antequera	Úbeda
Índice Turístico	10	38	47

Fuente: *Anuario Económico de España. 2007 (La Caixa, 2007)*

	POBLACIÓN (2006) ^a	RECURSOS PATRIMONIALES ^d	ACTORES TURÍSTICOS ^d	PLAZAS DE ALOJAMIENTO ^d	VISITANTES (2006)
ÉCIJA	39.295	42	30	258	11.188 ^b
ANTEQUERA	44.032	54	55	1.910	45.307 ^b
ÚBEDA	34.139	51	49	817	130.764 ^c

Fuentes: ^a Padrón Municipal de Habitantes, Instituto Nacional de Estadística; ^b Oficina de Información Turística; ^c Turismo Andaluz, S.A.; ^d Elaboración propia

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

Los estudios tradicionales de competitividad tendrían en cuenta factores del tipo de la localización geográfica, la facilidad de acceso o la riqueza de su patrimonio cultural como aspectos indicativos de su nivel de desarrollo turístico o de la potencialidad

turística de la ciudad. En cuanto a la localización es Écija la ciudad mejor ubicada por su cercanía a grandes núcleos de población y su mejor dotación de infraestructuras de comunicación; Antequera ocupa el segundo lugar según este criterio, y Úbeda el tercero. La misma clasificación se podría realizar atendiendo a los recursos patrimoniales y el número de Bienes de Interés Cultural. 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. Se puede afirmar en consecuencia que 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 seguidas por los actores que participan en la actividad turística de cada una de esas ciudades: la naturaleza y las características de las redes que forman en su actuación.

El estudio de las redes de actores turísticos existentes en cada una de las ciudades (que se representan en las páginas siguientes) según el método de Análisis de Contenido de Redes Sociales, puede aportar alguna solución a este problema.

Las redes de actores en la ciudad de Écija

En lo que tiene que ver con el caso de la ciudad de Écija, la representación gráfica de la red muestra como aspecto más destacado la escasez de las relaciones que se establecen entre los actores turísticos contemplados. La red tiene un bajo índice de *densidad*: sólo se produce el 18'5% de todas las relaciones posibles. Este indicador pone claramente de manifiesto que son muy pocas las interacciones que se establecen entre los diferentes actores que intervienen en el Sistema Turístico Local de la ciudad lo que muestra, por una parte, que no para todos los actores turísticos de la ciudad el turismo es una actividad económica de primer orden de importancia y que, por tanto, no intervienen en las relaciones necesarias para crear, gestionar, promocionar o comercializar turísticamente la ciudad, al considerar el turismo como una actividad secundaria, y a veces anecdótica, de su iniciativa empresarial. La prácticamente nula implicación de la mayoría de los hoteles de

la ciudad y de los restaurantes más reconocidos en la red de actores preocupados por la promoción turística de la ciudad es buena muestra de ello. Por otra parte, existe otro importante grupo de actores que aunque sí consideran el turismo como una parte importante de su ámbito empresarial, son poco activos en la gestión y promoción de la ciudad como un destino turístico. Tal es el caso de los tres museos privados que existen en Écija o la empresa de gestión de visitas VECA.

El gráfico de la red de actores de Écija muestra así mismo que es el Ayuntamiento del municipio el actor que más *centralidad* presenta. Ese lugar central en la red es una consecuencia de que es la institución del gobierno municipal el actor que ejerce el liderazgo en lo que tiene que ver tanto con la creación del producto turístico como en su gestión y promoción, aunque no está presente en la red de comercialización turística de la ciudad. En este último ámbito es ECITUR, una empresa privada dedicada a la organización de actividades culturales, el actor que tiene una posición más central: si se examina la red que representa la comercialización turística de la ciudad, este actor ocupa con claridad una posición de liderazgo. Por lo demás hay que señalar que existe un grupo de actores que ocupa una posición de cierta centralidad en las relaciones que se establecen para la promoción turística 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 implicados en alguna medida (no excesivamente importante en términos generales pero sí en cuanto a las densidades que presentan las redes que realmente existen en la ciudad) en las relaciones que se producen para la creación y gestión de producto en Écija. Se puede poner también de relieve la posición de centralidad que ocupa la Asociación de Amigos de Écija sólo en la red que se ocupa de la creación de producto, debido a su importancia como promotor del respeto y la conservación de los valores patrimoniales de la ciudad.

Este rol de conservadora y promotora de los bienes patrimoniales impulsa las relaciones de la Asociación, en ambos sentidos, con otros actores interesados en la preservación del patrimonio cultural de la ciudad como objeto fundamental de su promoción turística. 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. Asimismo, es significativa la posición marginal de la empresa VECA que, a pesar de ser una empresa de servicios turísticos, está implicada en muy pocas relaciones turísticas (ninguna de las cuales impulsa), aspecto que cobra especial relevancia porque se trata de un actor cuya actividad única es la prestación de servicios de guía turística. También resulta muy llamativa la pasividad en las relaciones de aquellos actores que poseen los recursos y equipamientos turísticos visitables (los museos, el Centro Cívico), ya que no impulsan ningún tipo de interacción con el resto de los actores.

De entre los actores externos al Sistema Turístico Local (los que constituyen parte de su entorno) sólo la Delegación Provincial de Sevilla de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía ocupa una posición de relevancia y centralidad en la red, específicamente en la red de creación de producto en la que, a través del apoyo económico para la organización de eventos y las ayudas económicas para los servicios, ocupa una posición de centralidad. El resto de los actores ocupan una posición muy marginal, ya que sólo intervienen en las relaciones que se establecen con el Ayuntamiento.

Los actores que tienen una mayor centralidad en la, y por tanto cierta importancia, en la red de relaciones turísticas de la ciudad de Écija, tienen en común su carácter proactivo. Es decir, se trata de actores que, para cumplir con sus funciones y desarrollar sus acciones turísticas, establecen relaciones con otros actores, impulsan vínculos para conseguir objetivos turísticos.

El *grado de intermediación* de la red de relaciones también deja muy claro el papel relevante que ocupa el Ayuntamiento de

Écija en el Sistema Turístico Local, ya que su ubicación en dicha red le permite convertirse en un articulador de las relaciones entre los demás actores del sistema. A este respecto se puede destacar también el grado de intermediación relevante que presentan los actores ECITUR, y los hoteles PALACIO DE LOS GRANADOS y PLATERÍA que en el futuro podrían jugar un papel de vinculadores 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 esporádicas 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. 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 coyunturales y sin formalizar, lo que pone de manifiesto la fragilidad de dichas relaciones en el Sistema, ya que son muy 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.

Las relaciones entre actores turísticos en Antequera

En contraste con el caso ecijano, el primero de los aspectos que destaca en la red de actores turísticos de la ciudad de Antequera es su *densidad*: de la totalidad de relaciones que se podrían establecer entre los actores del Sistema Turístico Local, se producen en realidad casi el 30%. 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 para promover y realizar actividades turísticas en Antequera y no sólo son muchos los actores impli-

cados activamente en la red, sino que entre ellos se produce un volumen importante de relaciones, lo que permite explicar la importante densidad que presenta la red de actores turísticos de esta ciudad. Se puede comprobar cómo en prácticamente todos los ámbitos del proceso productivo existe en un número considerable de actores una conciencia clara, de la importancia de la colaboración para llevar adelante una actividad como la turística: los actores más implicados en las relaciones toman conciencia de que colaborando entre ellos se mejoran las posibilidades de la actividad turística de la ciudad, y eso repercute directamente en 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 que más densidad de relaciones mantiene es el de la creación de producto turístico, seguido por el de la gestión, en tercer lugar el de promoción y en último lugar el ámbito de comercialización.

Respecto a las actividades en las que se concretan las relaciones entre los actores se pueden destacar las siguientes: 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 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 los que un buen número de actores realiza actividades de forma conjunta y coordinada con otros para articular el evento. También en este ámbito de la creación de producto puede ser señalada 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 el ámbito de la gestión del producto también se producen en Antequera importantes interacciones entre actores. Buen ejemplo de ello son la gestión de la articula-

ción de las visitas y del "tren turístico". En el primer caso, la coordinación entre los actores permite que, desde una empresa o desde una oficina de información turística, se facilite y organice al visitante un recorrido por la ciudad, la visita a los lugares de su interés o la reserva de hoteles y restaurantes. Esta acción coordinada de un buen número de actores obliga a que éstos mantengan relaciones estables, del mismo modo que la gestión del "tren turístico" que facilita los visitantes el acceso a muchos de los recursos patrimoniales de la ciudad. Esta disposición para la acción conjunta ha propiciado la creación de paquetes turísticos que facilitan a los visitantes la estancia y el acceso a los recursos de su interés, y que requiere de la coordinación de buena parte de los actores interesados en la actividad turística. Estos aspectos, entre otros, son los que proporcionan al Sistema Turístico Local de Antequera la alta densidad de relaciones que se refleja en el gráfico.

Respecto al ámbito de la promoción turística hay que destacar que en él están implicados todos los actores de la red, aunque una buena parte de ellos de forma pasiva. Sin embargo, cuatro de los agentes son muy activos en las funciones de promoción e impulsan contactos y actividades con todos los demás, convirtiéndose en centros coordinadores de una importante red en la que ellos mantienen relaciones con una buena parte de los actores implicados en el Sistema, aunque éstos no las mantengan entre sí.

En lo que se refiere a la caracterización de los actores del Sistema Turístico Local de Antequera hay tres aspectos que merecen ser destacados. En primer lugar, existe en la red un claro liderazgo compartido por el Ayuntamiento de la ciudad y el Centro de Iniciativas Turísticas (CIT) que, como se puede apreciar en el gráfico, ocupan las posiciones centrales de la red al tiempo que son punto de confluencia de una gran cantidad de relaciones. En segundo lugar, existe un nutrido grupo de actores turísticos que están fuertemente implicados en las actividades que se llevan a cabo en la ciudad. Se trata de un grupo de actores que coinciden con aquellos declaradamente proactivos, es decir, que son conscientes de que para la mejora general del turismo de Antequera es necesario impulsar acciones

de forma conjunta, lo que redundará en la mejora de los resultados de sus propias actividades particulares. En este núcleo se encuentran la mayor parte de los hoteles de cuatro y tres estrellas de la ciudad, los hoteles de dos estrellas del centro histórico, los restaurantes del centro histórico, 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 VIAJES TORAL y SONDYTOUR. Todos estos actores conforman el núcleo activo y estable de las relaciones turísticas en la ciudad de Antequera, papel central que se refleja claramente en gráfico, donde aparecen en la parte izquierda deslindando un espacio caracterizado por una gran maraña de líneas que reflejan la intensidad y la frecuencia de las relaciones. Las relaciones entre estos actores y con los demás que conforman el Sistema, 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 aparecen en todas las relaciones y las actividades que, como consecuencia de éstas, se llevan a cabo en el ámbito de la comercialización turística.

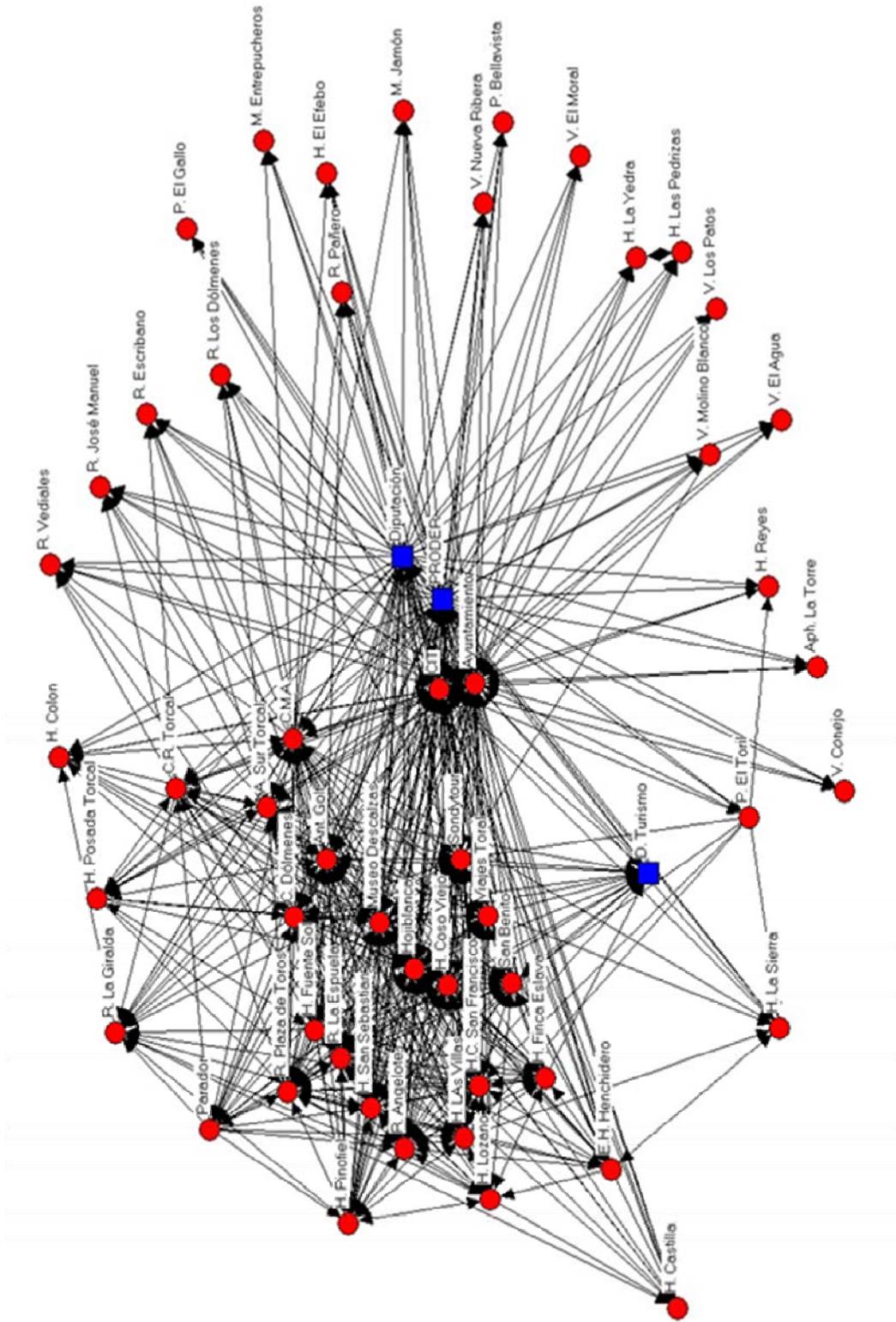
En tercer lugar, y en referencia a los actores del entorno del Sistema Turístico Local, hay que resaltar que la agencia del Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales (PRODER) en el territorio es un actor especialmente activo, lo que le permite ocupar una posición de clara centralidad en la red, ya que está implicada en muchas de las actuaciones que se llevan a cabo en la ciudad, fundamentalmente por su capacidad para aportar recursos económicos a las mismas. Así mismo, destaca también la posición de la Diputación de Málaga que, a través del Patronato de la Costa del Sol, desempeña una acción importante en el ámbito de la promoción turística, por lo que mantiene una frecuente interacción con todos los actores del sistema. Por el contra-

rio, la Delegación Provincial de la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes de la Junta de Andalucía tiene un papel menos destacado, ya que interactúa fundamentalmente con los actores públicos y con muy pocos privados.

En cuanto al *grado de intermediación* entre los elementos del Sistema 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 tienen 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 fomentar o impulsar así contactos y acciones coordinadas. Así, cada uno en sus ámbitos, son de destacar los datos del grado de intermediación que presentan actores como la agencia del 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 a los que se reconoce la capacidad de intermediación y, por tanto, su potencialidad para impulsar actuaciones nuevas que se han de desarrollar de forma conjunta.

La red de actores turísticos de Antequera tiene un mayor grado de formalización que la existente en la ciudad de Écija. Es cierto que una buena parte de las relaciones que se producen entre actores son coyunturales y se basan en la confianza, pero también es preciso señalar que otras son perdurables en el tiempo y que muchas de éstas se encuentran formalizadas, especialmente las que tienen que ver con la formación, la elaboración de paquetes y la comercialización turística. Esto proporciona a esta red de Antequera cierto grado de seguridad y permanencia, lo cual le aporta una considerable fortaleza y eficacia al Sistema Turístico Local.

Gráfico 2. Red de actores turísticos de la ciudad de Antequera



La red de actores turísticos en Úbeda

La red de los actores que forman parte del Sistema Turístico Local de la ciudad de Úbeda tiene una *densidad* con valor de 40,8%, lo que indica que existe un número alto de actores turísticos que mantienen relaciones entre ellos. Esto se refleja con claridad en el gráfico correspondiente, en el que se percibe un considerable número de actores que son a su vez nodos y entre los que existe un alto número de relaciones. La mayor parte de esos nodos representan actores que son empresas de servicios turísticos (hoteles, restaurantes, cafeterías...) cuyo principal objetivo es la mejora de los resultados de cada una de sus empresas y no tanto la mejora conjunta de la actividad turística de la ciudad. El *ámbito* en el que tienen lugar la mayor parte de estas interacciones es el de la gestión del producto turístico, seguidos después, y por este orden, por la creación del producto, la promoción y, finalmente, la comercialización turística.

Las actividades en las que se produce más cooperación entre los actores turísticos de Úbeda son las denominadas «Jornadas Gastronómicas en el Renacimiento» y las «Fiestas del Renacimiento», ambas impulsadas por el Ayuntamiento de la ciudad, pero en cuya organización participa la mayor parte de los actores implicados en el sector. También son relevantes las acciones que tienen que ver con el asesoramiento entre actores para la gestión de establecimientos turísticos y la fijación de las características que todos deben reunir. En el 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 envían clientes a otros, por ejemplo de hoteles a restaurantes y a empresas de gestión de visitas, y de éstas hacia los hoteles y los restaurantes. También la creación y la gestión de los dos tipos de “bonos turísticos” que se comercializan en la ciudad por dos empresas de gestión de visitas, y los paquetes turísticos gestionados por la Comercializadora de Jaén implican la cooperación entre un numeroso grupo de actores.

Respecto a las acciones de promoción turística, destacan las que impulsan la Diputación Provincial de Jaén y el Ayunta-

miento de la ciudad, consistentes en la edición de material informativo en distintos soportes, en los que se incluyen datos y características fundamentales de los recursos, servicios y equipamientos de la ciudad, y también la realización de otras actividades como la asistencia a ferias, *work-shops* y viajes de familiarización en los que las dos instituciones invitan a participar a un número importante de actores de la ciudad. Ambas instituciones tienen también un papel importante en el fomento de la cooperación entre actores para la comercialización de los bonos y paquetes turísticos.

En otro orden de cosas, el gráfico que representa la red de relaciones entre actores del Sistema Turístico Local de Úbeda muestra con claridad que no existe un único actor que ocupe una posición central en la red y que lidere al conjunto. Por el contrario, el indicador de *grado de centralidad* señala que existen al menos cuatro actores que ocupan posiciones centrales en la red: la comercializadora de servicios turísticos ARTÍFICIS, la agencia de viajes ATLANTIS, el Ayuntamiento y, desde el entorno del sistema local, la Diputación Provincial de Jaén. Resulta así un interesante caso de multiliderazgo en la configuración de la red y que es responsable en buena medida de la alta densidad de relaciones que se establecen entre una multitud de actores de distinta naturaleza y con diferentes intereses en la actividad turística.

El segundo aspecto que se puede destacar en lo que tiene que ver con los actores turísticos, es que existe un número muy importante de ellos que están directamente implicados en el desarrollo de las actuaciones conjuntas que se producen en Úbeda, lo que hace que su posición en la red, como se puede comprobar en el gráfico, no esté muy alejada de los cuatro actores centrales y que tengan un grado de centralidad de salida no mucho más bajo que aquéllos. Esta circunstancia se refleja asimismo en el gráfico de la red en el que, si se realiza un corte diagonal de izquierda a derecha, los actores más intensamente implicados quedarían en la parte superior: ahí se encuentran los restaurantes con mayor vocación turística de la ciudad que se ubican en el centro histórico y en sus proximidades, los hoteles de cuatro, tres y dos estrellas “con

encanto” situados en el centro histórico, y los museos de la ciudad, además de tres empresas de gestión de visitas, 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 mantienen cierto grado de interacción con los otros actores. En cuarto lugar aparecen los actores que están más al margen de las relaciones que tienen como objetivo actuaciones turísticas conjuntas en la ciudad: los restaurantes y establecimientos de alojamiento que no tienen una marcada vocación turística.

Hay dos aspectos más que tienen interés en la caracterización de los actores turísticos de Úbeda. El primero tiene que ver con algunas diferencias en el grado de implicación de los actores más implicados en el desarrollo de la actividad turística: los establecimientos de restauración están más implicados que los de alojamiento, y entre los primeros son los de más reciente creación los que más interés tienen en la coordinación entre los actores para el fomento del turismo. El segundo, el papel del Ayuntamiento en la producción turística de la ciudad: 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 ámbito de la comercialización y, lo que resulta aún más significativo, de la gestión del producto en el que ocupa una posición muy marginal en la red y en el Sistema Turístico Local.

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 el multiliderazgo antes señalado confiere algunas particularidades al funcionamiento de la red, dado que hay al menos cuatro actores que ocupan posiciones centrales. En efecto, el indicador de *intermediación* muestra que existen al menos tres actores que tienen una destacada potencialidad de intermediación, es decir, de convertirse en nodos que interconectan a otros actores, y pueden implicarse en el impulso de actividades protagonizadas por varios otros actores que se comunican me-

nos en los diferentes ámbitos del proceso de producción turística en la ciudad. Concretamente se trata de las empresas de gestión de visitas ARTIFICIS, la agencia de viajes ATLANTE y el Ayuntamiento de la ciudad quienes presentan el mayor grado de intermediación y de interconexión entre 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 tienen también una nada desdeñable capacidad de interconexión entre actores y de intermediación en actuaciones turísticas.

El último de los aspectos característicos de las relaciones existentes en el interior del Sistema Turístico Local de Úbeda tiene que ver 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 esporádicas; y también el hecho de que muchas de estas relaciones estén formalizadas, es decir, articuladas a través contratos o acuerdos por escrito. Esto, sin duda, influye en la durabilidad de las relaciones y en los resultados finales de la actividad turística que son en Úbeda muy superiores a los alcanzados en Antequera y Écija.

Conclusiones

Desde hace algún tiempo, la Organización Mundial del Turismo ha venido defendiendo que la colaboración entre los actores locales públicos y privados es un elemento clave para articular el desarrollo turístico de un determinado territorio (OMT, 2001). El trabajo aquí presentado ha permitido comprobar empíricamente cómo en efecto existe una evidente correlación entre el nivel de desarrollo turístico de un territorio y las características de las relaciones entre los actores turísticos. 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.

DENSIDAD DE LAS RELACIONES ENTRE ACTORES E INDICE 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%
INDICE TURÍSTICO	10	38	47

Como se puede comprobar, la densidad de las relaciones es considerablemente más elevada para cada uno de los ámbitos del proceso productivo en Úbeda que en Antequera y en Écija, y en general, y la de Antequera más elevada que la de Écija. Se puede comprobar de este modo una correlación entre el mayor nivel de densidad de las relaciones público-privadas entre los actores turísticos de un territorio y su nivel de desarrollo turístico: a mayor densidad relacional también existe un mayor nivel de desarrollo turístico.

Lo que la fase actual del estudio de las relaciones entre los elementos que conforman los Sistemas Turísticos Locales de Úbeda, Antequera y Écija no ha podido mostrar es cuál es la dirección de la causalidad entre las características de la red y desarrollo turístico: se muestra que cuanto mayor es la dinámica de colaboración público-privada entre los actores turísticos de un territorio mayor es su nivel de desarrollo turístico. Esto es, que ambas situaciones están estrechamente relacionadas y que existe una notable correspondencia entre el desarrollo turístico de un territorio y su capital social, entendido como las redes de relaciones que una sociedad mantiene y pone en uso. Pero no es tan evidente, sin embargo, si es la dinámica de colaboración la que origina el desarrollo, o aquella es una consecuencia de éste. Ese es el problema en que el trabajaremos en adelante.

Lo que sí parece evidente después de la aproximación realizada, es que abordar la actividad turística a desde del concepto de

Sistema Turístico Local y especialmente la caracterización de sus componentes fundamentales, los actores turísticos y sus relaciones, es de indudable interés para avanzar en los estudios y análisis del desarrollo turístico territorial.

El presente trabajo es pionero por ofrecer un primer modelo de análisis del Sistema Turístico Local a través de la operacionalización metodológica de las relaciones entre los actores turísticos desde una perspectiva dinámica (un avan-

ce científico con respecto a anteriores modelos que se centraban exclusivamente en los factores estáticos de las relaciones), y ha sido aplicado a tres estudios de caso que son ciudades patrimoniales del interior de Andalucía. Es decir, ciudades con unas características similares y que presentan niveles de desarrollo turístico diferente con el único objetivo de probar las posibilidades analíticas del modelo propuesto. Sin lugar a dudas, el modelo analítico puede ser aplicado a otros territorios considerados como destinos turísticos más o menos consolidados o a diferentes tipologías de destinos (sol y playa, grandes ciudades, segmentos turísticos), tal es así, que actualmente se está llevando a cabo una investigación en otros tipos de destinos turísticos a nivel nacional.

Bibliografía

- Aas, Ch.; Ladkin, A. y Fletcher, J.
2005 "Stakeholder collaboration and heritage management", *Annals of Tourism Research*, 32 (2): 28-48.
- Beesley, L.
2005 "The Management of emotion in collaborative tourism research setting", *Tourism Management*, 26 (2): 261-275.
- Beni, M. C.
1993 "Sistemas de turismo SISTUR. Estudio del turismo frente a la nueva teoría de los sistemas", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 2 (1): 7-26.
- Borgatti, F. F., Everett, M. G. y Freeman, C.
2002 *Ucinet for Windwos: Software for So-*

- cial Networks Analysis*. Harvard: Harvard University Press.
- Bramwell, B. y Lane, B.
1999 "Collaboration and partnerships for sustainable tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, 7: 179-181.
- Bramwell, B. y Rawding, L.
1994 "Tourism marketing organizations in industrial cities. Organizations, objectives and urban governance", *Tourism Management*, 15 (6): 425-434.
- De Kadt, E.
1979 *Social Planning for Tourism in the Developing Countries*. Sussex: Institute of Development Studies, University of Sussex.
- Dredge, D.
2006 "Policy networks and the local organization of tourism", *Tourism Management*, 27 (2): 269-280.
- Elliott, J.
1987 "Government management of tourism. A Thai case study". *Tourism Management*, 8 (3): 223-232.
- Greenwood, J.
1993 "Business interest groups in tourism governance", *Tourism Management*, 14 (5): 335-348.
- Hanneman, R. A. y Riddle, M.
2005 *Introduction to social network methods*. Riverside, CA: University of California, Riverside (publicado en format digital en <http://faculty.ucr.edu/~hanneman/>)
- Haywood, K. M.
1988 "Responsible and responsive tourism planning in the community", *Tourism Management*, 9 (2): 105-118.
- Holder, J. S.
1992 "The need for public-private sector cooperation in tourism" *Tourism Management*, 13 (2): 157-162.
- Jamal, T. B. y Getz, D.
1995 "Collaboration Theory and Community Tourism Planning". *Annals of Tourism Research*, 22 (1): 186-204.
- Jiménez, A.
2005 *Una aproximación a la conceptualización del turismo a partir de la Teoría General de Sistemas*. México: Miguel Ángel Porrúa, Universidad del Caribe.
- Keogh, B.
1990 "Public Participation in Community Tourism Planning", *Annals of Tourism Research*, 17: 449-465.
- Krippendorff, J.
1982 "Towards new tourism policies. The importance of environmental and socio-cultural factors". *Tourism Management*. 3 (3): 221-242
- La Caixa
2007 *Anuario Económico de España. 2007*. Barcelona: Servicio de Estudios de La Caixa.
- Lazzaretti, L. y Petrillo, C. (Eds.)
2006 *Tourism Local Systems and Networking*. Oxford: Elsevier.
- Luhmann, N.
1998 *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*. Barcelona: Anthropos.
- Medeiros, L. y Bramwell, B.
2002 "Partnership and regional tourism in Brazil" *Annals of Tourism Research*, 24 (4): 1.138-1.164.
- Leiper, N.
1979 "The framework of tourism". *Annals of Tourism Research*, 6: 390-407.
- Michael, E
2007 *Micro-Clusters and Networks: The Growth of Tourism*. Oxford: Elsevier.
- Molina, J. L.
2001 *El análisis de redes sociales. Una introducción*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.
- Molina, S.
1986 *Planificación el Turismo*. México: Nuevo Tiempo Libre.
- Murphy, P. E.
1983 "Tourism as a community industry. An ecological model of tourism development", *Tourism Management*, 4 (3): 180-193.
- Novelli, M., Schmitz, B. y Spencer, T.
2006 "Networks, cluster and innovation in tourism: A UK experience", *Tourism Management*, 27 (6): 1.141-1.152.
- OMT
2001 *Cooperación entre sectores público y privado*. Madrid: CEOMT.
- Owen, Ch.
1992 "Building a relationship between government and tourism", *Tourism Management*, 13 (4): 358-362.
- Palmer, A. y Bejou, D.
1995 "Tourism destinations marketing alliances" *Annals of Tourism Research*, 22 (3): 616-629.
- Prats, Ll. y Guia, J.
2004 "La destinación como sistema local de

- innovación: un modelo para la ventaja competitiva sostenible”, en Forum de Barcelona. *Diálogo sobre Turismo, Diversidad Cultural y Desarrollo Sostenible*
- Pulido, J. I.
2005 *Criterios para una política turística sostenible en los parques naturales de Andalucía*. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la J. A.
- Quiroga, A.
2003 *Introducción al análisis de datos reticulares*. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra.
- Reed, M.
1997 “Power relations and community based tourism planning”, *Annals of Tourism Research*, 24 (3): 566-591.
- Ritchie, J. R. B.
1988 “Consensus policy formulation in tourism. Measuring resident views via survey research”, *Tourism Management*, 9 (3): 199-212.
- Rodríguez, J. A. y Mérida, F.
2005 *Guía práctica de redes sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Santana, A.
1997 *Antropología y turismo. ¿Nuevas hor- das, viejas culturas?*. Barcelona: Ariel.
- Sautter, E. T. y Leisen, B.
1999 “La gestión de las partes interesadas. Un modelo de planificación turística”, *Annals of Tourism Research en español*, 1 (1): 109-119.
- Selin, S. y Beason, K.
1991 “Interorganizational relations in tourism”. *Annals of Tourism Research*, 18 (4): 639-652.
- Selin, S. y Chavez, D.
1995 “Developing an evolutionary tourism partnerships model”, *Annals of Tourism Research*, 22 (4): 844-856.
- Sessa, A.
1988 “The Science of Systems for tourism development”, *Annals of Tourism Research*, 15 (2): 219-235.
- Schulte, S.
2003 *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y planificación del sector turismo*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Teye, V. B.
1988 “Prospects for regional tourism cooperation in Africa”, *Tourism Management* 9 (3): 221-234.
- Teo, P. y Lim Hiong Li
2003 “Global and local interactions in tourism”, *Annals of Tourism Research*, 30 (2): 287-306.
- Timothy, D.
1999 “Cross-Border Partnership in Tourism Resource managements: International Parks Along the US-Canada Border” *Journal of Sustainable Tourism*, 7: 182-215.
- Tosun, C.
2000 “Limits to community participation in the tourism development process in developing countries”. *Tourism Management* 21 (6): 613-633.
- Walker, N. T.
1983 “Partnership perspectives in tourism and recreational property development”, *Tourism Management*, 4 (1): 25-34.
- Yuksel, F., Barmwell, B. y Yuksel, A.
1999 “Stakeholder interviews and tourism planning at Pamukkale, Turkey”, *Tourism Management*, 20 (3): 351-360.

Recibido: 28 de enero de 2008

Reenviado: 15 de marzo de 2008

Aceptado: 20 de marzo de 2009

Sometido a evaluación por pares anónimos