

Análisis estratégico de una red de actores de turismo: un estudio comparativo en ciudades de Ecuador

Strategic analysis of a Tourism Stakeholder Network:
a comparative study in Ecuadorian cities

Diana López Molina 

diana.lopez@ucuenca.edu.ec

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Universidad de Cuenca (Ecuador)

Juan Ignacio Pulido-Fernández 

jipulido@ujaen.es

Departamento de Economía

Universidad de Jaén (España)

Resumen

El análisis de las redes de actores en los destinos turísticos ha cobrado importancia en la literatura científica. En este artículo, la aplicación de la metodología de redes ARS en cuatro ciudades de Ecuador, permite conocer la estructura de sus relaciones y fortalezas a través de un conjunto de indicadores como la densidad y la centralidad, enfocada esta última desde su grado de entrada (*outdegree*), es decir el número de relaciones directas que los actores dicen tener y su grado de salida (*indegree*), o sea el número de veces que un actor es nombrado por otro actor. El resultado de este estudio muestra que cada ciudad presenta una dinámica diferente en

relación a su nivel de participación y relación en la red, destacando los actores del sector público y los distintos gremios y asociaciones, ubicándose en un menor grado los actores que no cuentan con estas fortalezas.

Palabras clave: análisis de redes sociales; capital social; dinámica relacional; redes de actores; desarrollo turístico.

Abstract

The analysis of actor networks in tourist destinations has grown in importance in the scientific literature. In this article, the application of the SNA (Social Network Analysis) network methodology in four cities of Ecuador, allows us to know the structure of their relationships and strengths through a set of indicators such as density and centrality, the latter focused from its degree of entry (outdegree), i.e. the number of direct relationships that the actors claim to have, and its degree of exit (indegree), in other words, the number of times that an actor is mentioned by another actor. The results of this study show that each city has different dynamics both in relation to its level of participation and in terms of relationships in the network; actors from the public sector and the different unions and associations stand out, while actors who do not have these strengths are at a lower level.

Key words: social network analysis; tourism development; social capital; relational dynamics.

1 Introducción

En los últimos años, cada vez son más las herramientas que se utilizan para realizar análisis sobre planificación y gestión sostenible de destinos turísticos. Una de las herramientas utilizadas ha sido el Análisis de Redes Sociales (ARS), centrado en los actores y sus relaciones, que ha permitido afrontar la planificación y gestión sostenible de los destinos desde la perspectiva de sus actores.

Según señala Albrecht (2013), los enfoques de red se vienen utilizando desde hace dos décadas en las áreas de recreación y ocio (Bendle & Patterson, 2008; Blackshaw y Long, 1998; Stokowski, 1994), en la oferta turística (Greve, 1995), sobre emprendimiento turístico (Pavlovich, 2003a), así como en relación al destino (Pforr, 2006) y la demanda turística (Money, 2000; Tyler & Dinan, 2001).

Destacan también los estudios relacionados con los destinos y la dinámica relacional (Merinero & Pulido, 2009; Merinero & Pulido, 2016; Pulido-Fernández & Merinero-Rodríguez, 2018) y sobre

el análisis del destino y sus redes sociales (Merinero, 2011; Merinero, 2015; Rodríguez & González, 2019; Ledesma et al., 2021).

Estos estudios muestran que, a través de un análisis de redes conformadas por los actores de los destinos turísticos, se puede llegar a determinar, en base a sus características estructurales, la cantidad de relaciones que existen entre los actores (densidad), las relaciones directas que tiene cada actor, así como las veces que un actor es nombrado por otro actor, sean estos públicos, privados, gremios o asociaciones. Ello permite determinar, de acuerdo al grado de centralidad, qué actor o actores se encuentran más inmersos dentro de la dinámica turística de dicho destino, quiénes son más prestigiosos o influyentes, así como también qué actores se encuentran fuera o al margen de esa dinámica. Todo ello afecta al nivel de desarrollo turístico de los destinos, lo que justifica la importancia de este tipo de estudios.

La metodología de Análisis de Redes Sociales (ARS) utilizada en esta investigación ha sido aplicada en muchos ámbitos, incluidos los estudios en geografía del turismo. Por tanto, se considera importante la aplicación de esta metodología centrada en los actores y sus relaciones que permite afrontar la planificación y gestión sostenible de un destino emergente, como es el caso de Ecuador, un país en desarrollo y con un importante potencial turístico, pero que, a su vez, presenta un nivel de desarrollo turístico muy dispar en cada ciudad.

La aplicación de esta metodología a un país como Ecuador permite conocer la dinámica relacional de sus diferentes ciudades, analizar el capital social de las mismas y, en consecuencia, establecer estrategias para dinamizar dicho capital social, que es clave, a su vez, para fortalecer el desarrollo turístico de las ciudades analizadas. Por otra parte, este análisis se puede ampliar al resto de ciudades del país y, por supuesto, puede realizarse en otros territorios de similares características.

La presente investigación tiene como objetivo el análisis de las redes de actores y sus relaciones, la implicación que tienen dentro del destino y su influencia en el nivel del desarrollo turístico de los destinos. El análisis se va a centrar en cuatro ciudades de Ecuador, como más adelante se justificará.

Siguiendo principalmente los trabajos de Merinero y Pulido (2009), Merinero (2011) y Ledesma et al. (2021), se establecen las siguientes hipótesis:

1. Existe una relación directa entre el desarrollo de los destinos turísticos y la dinámica relacional que se produce en los mismos.

2. Existe una relación directa entre la centralidad de los actores turísticos y el desarrollo de los destinos turísticos, de tal forma que, a mayor número de actores con alta centralidad, mayor es el nivel de desarrollo turístico.
3. Conforme va aumentando el desarrollo turístico de un territorio, la centralidad se va desplazando del sector público al sector privado.

Partiendo de la introducción como primer apartado, este artículo se estructura en un segundo apartado, que incluye la revisión de literatura, un tercer apartado sobre la metodología que se desarrolla en esta investigación, un cuarto apartado en el que explican los casos de estudio en los que se aplica la metodología ARS, un quinto apartado sobre los análisis y resultados obtenidos y un sexto apartado que incluye la discusión y conclusiones.

2 Revisión de literatura

Los destinos son considerados “sistemas complejos” que se muestran como una red conformada por actores y sus relaciones (Baggio et al., 2010; Baggio, 2013), interdependientes (Cooper et al., 2009) y adaptativos (Baggio, 2011), surgiendo nuevas fases en sus procesos de reorganización (Baggio et al., 2010) que interactúan con el entorno, ajustando su estructura y comportamiento (Baggio & Sainaghi, 2016, p. 24). La Teoría General de los Sistemas se conoció en 1930, con Bertalanffy, cuyo objetivo era explicar los fundamentos de los organismos en su conjunto dentro de la teoría biológica. Concebido como un sistema “dinámico” permitió “reemplazar el término “organismo” por otras “entidades organizadas”, grupos sociales, personalidades o dispositivos tecnológicos”, lo que se conoció como teoría general de los sistemas (Bertalanffy, 1972, p. 410).

En disciplinas como las ciencias sociales y la economía destaca Boulding, cuyos estudios llevaron inclusive a la creación de grupos o sociedades en las que se investigaban los sistemas, principalmente entre Estados Unidos y Europa (Bertalanffy, 1972). En la década de los 70 y 80, surge el concepto de “sistema turístico”, basado en modelos orgánicos y mecánicos, considerándose como un gran sistema al que se juntan “otros espacios turísticos de origen o de destino” (Ibáñez y Villa, 2011, p. 164). Con la caracterización que hace Molina (1986) del turismo como un “sistema abierto” se concibió a la actividad como un todo y al sistema turístico como “dinámico y probabilístico” (Osorio, 2000).

Un sistema se define por un conjunto de elementos que se interrelacionan entre sí y con el entorno, sus representaciones gráficas son “bloques o diagramas de flujos”, mientras que

internamente posee variables que muestran las dependencias y las interdependencias (Bertalanffy, 1972). Para Baggio et al., (2010) y Baggio (2020) las propiedades más comunes y significativas de los sistemas se basan en: i) se componen de varios elementos no lineales que interactúan, ii) ninguno de estos elementos conoce el comportamiento del sistema en su conjunto, iii) reaccionan solo a la información disponible localmente, iv) el sistema es abierto, en un estado alejado del equilibrio y v) el comportamiento actual o futuro de los sistemas complejos muestran más sensibilidad a su historia.

Merinero (2011, p.13) parte de una corriente teórica que se basa en el “sistema productivo local” cuyo autor es Alfred Marshall, y propone al “distrito” como “unidad de estudio”, lo que lleva a que la actividad turística recaiga en el territorio, incluyendo a los actores públicos y privados, mediante un control del proceso productivo. Sin embargo, muchos estudios se centran únicamente en el análisis de la existencia de esas relaciones y no de sus “características”.

En consecuencia, la comprensión de la actividad turística debe centrarse en un territorio concreto y conseguir caracterizar su 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. Entender estas dinámicas permite comprender la importancia de la gestión activa del turismo. El turismo representa un sistema abierto, en el que el destino es influenciado por eventos tanto internos como externos (Mckercher, 1999) y las partes interesadas son personas que importan y forman parte del sistema (Baggio & Cooper, 2010). Examinar el destino a través del ARS puede “cuantificar” objetivamente las características analizadas “cualitativamente”, permite reconocer las partes interesadas, planificar actividades sociales y económicas (Baggio, 2007; Da Fontoura & Baggio, 2009; Baggio et al., 2010; Asero et al., 2016), instalaciones, recursos y definir estrategias de marketing (Asero et al., 2016; Bras et al., 2010), desarrollar la innovación y competitividad a través de la gestión del conocimiento y de flujos de información y gobernanza, permitiendo un intercambio de conocimientos y experiencias en entornos dinámicos (Baggio et al., 2007; Baggio et al., 2010; Baggio & Cooper, 2010; Valiente & Forga, 2012), así como la oportunidad de ingresar a otros mercados internacionales, fortaleciendo aún más su organización (Farsani et al., 2014).

En algunos casos, los pocos procesos de evaluación que se aplican a los destinos se realizan con indicadores lineales, sin tener en cuenta que los destinos “son sistemas complejos compuestos por múltiples actores públicos y privados, que involucra a la gobernanza en relación

a las políticas, la toma de decisiones y el poder, con enfoques que van de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba” (Baggio & Sainaghi, 2016, p. 31).

Los actores que conforman las redes tienen objetivos que dependerán del nivel y tamaño de la organización. Cuanto más grande sea ésta, sus objetivos no solo buscarán el desarrollo económico, sino se trazarán objetivos vinculados al desarrollo sostenible. Mientras que las empresas pequeñas tendrán objetivos a nivel local, teniendo en este caso las asociaciones un papel importante como vínculo entre el sector público y privado (Erkus-Öztürk & Eraydin, 2010). Las redes de actores, por tanto, se configuran por relaciones con rasgos distintos, conformados por diversos elementos e intereses, efectuando los cambios que conducen a la realización de proyectos (Cohen & Cohen, 2012).

Desde esta perspectiva, se pone de manifiesto que en forma ascendente se establece una vinculación entre las características de las redes de actores y el nivel de desarrollo turístico. Así, a mayor y más intensa dinámica turística de la red de actores de un determinado territorio, mayor es su nivel de desarrollo turístico. Se puede mantener, por tanto, que existe una correlación entre las características de las redes de actores de un determinado territorio y el nivel de desarrollo turístico del mismo (Merinero, 2011, p. 20).

Lamentablemente, la comprensión conceptual bien desarrollada de las redes en el turismo no se aplica en la planificación y gobernanza. Si se quiere lograr un turismo sostenible, se debe tener en cuenta la incorporación de redes en sus respectivos contextos. Entonces, todos los actores que conforman la red tienen que suscribirse a un conjunto acordado de valores sostenibles. Esta observación tiene implicaciones no solo a nivel conceptual, en lo que concierne a nuestra comprensión de lo que constituyen las redes, también tiene relevancia práctica en la consideración de la composición de la red, gestión y toma de decisiones (Albrecht, 2013, pp. 640-646).

Los impactos positivos del turismo (sociales y económicos) se pueden alcanzar con la participación de todos los actores (públicos y privados), y de distintos niveles de gobernanza (local, regional) como “elementos activos” en el proceso de la actividad, bajo una gestión pública y un asesoramiento por parte del sector empresarial (Bras et al., 2010).

Es importante comprender la naturaleza de la participación en la industria turística, analizada como una “red social”, identificar sus actores clave, las características y relaciones de otros actores y su influencia en la actividad turística, así como también la centralización administrativa,

la falta de conocimientos de los gestores en procesos de planificación, la falta de financiación y el poco interés por parte de los actores (Kimbu & Ngoasong, 2013).

En el ámbito del turismo, proporcionan una visión novedosa del sistema turístico y dan a los gestores de turismo el potencial para mejorar las funciones de la red, como el flujo de información o la gobernanza de los destinos (Baggio, 2007, p. 2). Un tema de gran importancia en la investigación de redes es que no solo se deben evaluar las redes en todos los niveles de gobierno y sectores, los actores individuales y sus características pueden tener la clave para comprender el comportamiento de la red a mayor escala, sus ciclos de vida y dinámicas que inducen al cambio (Albrecht, 2013, p. 653).

Desde el punto de vista de la gobernanza, se muestran dos tipos de redes: las “redes de política y planificación” y las “redes de acción autodirigidas”. Las primeras se basan en la “cooperación y colaboración”, por tanto, se vinculan al desarrollo sostenible, es allí donde empieza un interés por la mayoría de actores del sector público, privado, organismos, asociaciones y ONG. Las segundas cuentan con el apoyo de organismos emergentes, que favorecen el desarrollo turístico y ambiental (Erkus-Öztürk & Eraydin, 2010).

Los impactos resultantes del turismo, sus correspondientes causas y consecuencias no pueden entenderse de forma aislada, al contrario, forman un intrincado sistema de relaciones directas e indirectas que deben analizarse desde una perspectiva de red (García-Andreu et al., 2015, p. 505).

3 Metodología

La ciencia de redes utiliza una variedad de herramientas y técnicas para examinar cómo las propiedades topológicas o estructurales de una red afectan a su comportamiento o evolución. La topología de una red tiene una profunda influencia en su comportamiento dinámico general y puede ser utilizada para explicar un gran número de procesos (Baggio et al., 2010, p. 802).

Las propiedades de las redes no se aplican a nodos individuales (personas), sino a la red en su conjunto. La red es la unidad de análisis, por tanto, se estudia la densidad, tamaño o centralidad de la red, en lugar de las propiedades de los nodos individuales. La estructura (o topología) de una red es una propiedad predecible que afecta a su comportamiento dinámico general y explica una serie de procesos, desde la difusión de ideas hasta la solidez de la técnica del análisis de redes, pasando por la optimización de las relaciones entre la red y sus componentes. Las técnicas de análisis de red son un método de diagnóstico para recopilar y analizar datos

sobre los patrones de relaciones entre redes, como personas en grupos o entre organizaciones (Baggio, 2007, p. 2).

En relación al turismo, “los nodos de una red representan una mezcla de operadores individuales (asociaciones hoteleras, grupos de intermediarios, etc.) y por grupos, los números de elementos son también pequeños para poder derivar a una distribución significativa de grados, algunos nodos tienen grandes números de conexiones, mientras que la mayoría tienen pocos” (Baggio, 2006, p. 22).

Para la consecución de los objetivos propuestos en este artículo se trabajaron las siguientes fases metodológicas: en una primera fase, se construyó y validó un cuestionario, que permitió tener la información de los actores y sus relaciones de las ciudades objeto de estudio. El cuestionario fue elaborado en base al modelo de administración y gestión de la actividad turística de las ciudades. Se estructuró en cuatro aspectos: 1) caracterizar las partes interesadas, 2) conocer los aspectos positivos y negativos que identificaban las partes interesadas sobre la actividad turística en cada ciudad, 3) conocer el nivel de influencia de cada *stakeholder* dentro de la actividad turística e 4) identificar el nivel de relación con otros actores. El cuestionario fue avalado por un grupo de expertos en el análisis de partes interesadas que han desarrollado varios análisis mediante la aplicación de la metodología en varios casos de estudios.

En una segunda fase, se identificó a los actores clave de cada ciudad, con la realización de una entrevista semiestructurada, obteniéndose la información de distintos aspectos sobre las relaciones que tienen con otros actores. Aplicando la técnica de “bola de nieve” se pudo crear una lista de actores a los que se les realizó la entrevista semiestructurada, se les pidió que identificasen otros actores, continuando con los siguientes grupos, hasta que se cumplió con el tamaño de la muestra o la repetición de los actores. El cuestionario fue aplicado a cada uno de los actores identificados en las ciudades. En el caso de Cuenca se realizaron 101 cuestionarios, en Loja se realizaron 65, en Santa Elena 44 y en Zamora 18. La aplicación de la entrevista inició en el mes de noviembre de 2020 y duró hasta agosto de 2021 (10 meses). Debido a que este proceso se desarrolló en la pandemia ocasionada por el virus de Covid-19, se optó por la utilización de la herramienta digital Zoom.

La tercera fase consistió en el procesamiento de la información y la obtención de los datos, partiendo del levantamiento de las matrices adyacentes (dentro de la metodología de redes, se trata de matrices con un mismo número de columnas y de filas) en base a la aplicación de datos binarios, es decir, si existe relación es 1, si no existe relación es 0. Para el análisis de este

artículo, también se levantaron matrices en el formato Edgelist23, que permiten trabajar con datos de diferentes tipos de relaciones en un mismo archivo, con el objeto de visualizar los distintos vínculos de los actores (Gallegos et al., 2017, p. 39) para el análisis completo de la red en su conjunto. Tras la obtención de los datos, se procedió a trabajar con el software de análisis de redes UCINET 6, en base a una serie de indicadores de redes completas. Estos indicadores se describen en la Tabla 1.

Tabla 1. Indicadores de análisis de redes sociales

INDICADOR	DESCRIPCIÓN
Densidad	Indica el número de vínculos que tiene la red
Centralidad (<i>Degree</i>)	Calcula el número de actores a los que un actor se encuentra unido, se divide en grado de salida y en grado de entrada
Grado de salida (<i>Outdegree</i>)	Indica el número de relaciones que el actor dice tener con otros actores. Los valores utilizados son normalizados (representación porcentual de los valores)
Grado de entrada (<i>Indegree</i>)	Indica el número de actores que mencionan o se refieren a otro actor. Los valores utilizados son normalizados (representación porcentual de los valores)

Fuente: elaboración propia a partir de Gallegos et al. (2017, p. 39)

Esta investigación se basa principalmente en el análisis de la centralidad de grado de las redes de actores. Ledesma et al. (2021) centran su análisis en el prestigio y la influencia. Considerando que ambos son inherentes a una relación, y que ambos conceptos también están estrechamente ligados a la idea de centralidad, hacen referencia a que la centralidad de salida (*outdegree*) es la capacidad de un actor para entablar relaciones, lo que se encuentra ligado a la influencia, mientras que la centralidad de entrada (*indegree*) busca identificar a los actores prestigiosos.

En un segundo momento, también basándose en la centralidad de grado y relacionado con el análisis de los aspectos de prestigio e influencia, se analizó la centralidad de salida (*outdegree*), relacionada con las fortalezas que cada actor considera que tiene para trabajar en favor de los objetivos de la colectividad, lo que también repercute en la influencia de los actores. Y la centralidad de entrada (*indegree*), que hace referencia a la percepción o criterio de los actores sobre qué actores podrían ser útiles para alcanzar los objetivos de la colectividad, que, a su vez, tiene relación directa con el prestigio de los mismos. Ambos aspectos fueron analizados en base a las características de posición económica, prestigio social, relevancia política, importancia en la comunidad y contactos sociales.

4 Casos de estudio

Las ciudades en las que se ha realizado el análisis que se presenta en este artículo han sido seleccionadas de cuatro grupos de ciudades con un nivel de desarrollo turístico diferente. Para ello, se realizó una investigación previa, mediante el levantamiento de un sistema de indicadores y el cálculo de varios índices compuestos que dieron como resultado estos cuatro grupos de ciudades, en los que se clasificaron todas las capitales de provincia de Ecuador. En un primer grupo de ciudades, con un desarrollo turístico importante, se ha seleccionado la ciudad de Cuenca, que posee una mejor infraestructura, además de ser la tercera ciudad en importancia del país, después de Quito y Guayaquil. En un segundo grupo, con un nivel de desarrollo turístico medio, se ha seleccionado la ciudad de Loja, que presenta un turismo religioso importante, pero estacionario, y que suele ser considerada una conexión para la visita a otros sitios turísticos. En el tercer grupo, con un desarrollo turístico débil, se ha seleccionado la ciudad de Santa Elena, que es un centro administrativo principalmente, y su actividad turística se desarrolla en lugares distantes de la propia ciudad. Finalmente, en el cuarto grupo, con un desarrollo turístico muy débil, se ha seleccionado Zamora, que se ha convertido en una ciudad de paso a otros sitios con atractivos importantes como la Amazonía.

Las ciudades de Cuenca, Loja, Santa Elena y Zamora son capitales de provincia. Por tanto, son también centros administrativos, políticos y financieros para los habitantes de sus provincias, y poseen recursos naturales y culturales importantes dentro del desarrollo turístico interno y externo.

Las ciudades de Cuenca y Loja se encuentran ubicadas al sur de la sierra ecuatoriana, son capitales de las provincias de Azuay y Loja, respectivamente. Poseen importantes recursos naturales, como el Parque Nacional Cajas en Cuenca y el Parque Nacional Podocarpus en Loja, que se encuentran dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. Otra característica importante es que ambas son ciudades coloniales, siendo uno de los aspectos importantes en la declaratoria de Cuenca como "Patrimonio Cultural de la Humanidad", mientras que a Loja se la conoce como la "Capital Cultural del Ecuador". Ambas ciudades poseen importantes recursos intangibles, que se presentan en sus tradiciones religiosas.

La ciudad de Santa Elena se ubica en la región de la costa y capital de la provincia de Santa Elena. Destacan sus playas, que se encuentran a lo largo del Océano Pacífico y conformadas por pequeñas comunas: Ayangue, Montañita y Olón. La ciudad de Zamora es la capital de la provincia de Zamora Chinchipe. Se encuentra al sur de la región oriental y se caracteriza por ser

un punto importante para el ingreso a la Amazonía. Entre sus atractivos naturales resalta el Bombuscaro y la zona del Parque Nacional Podocarpus, con ecosistemas importantes, así como también la presencia de grupos étnicos.

5 Resultados

Los resultados que se presentan a continuación se enfocan en el análisis de la centralidad de los actores de cada ciudad: su grado de salida (*outdegree*), o influencia que cada actor ejerce en su relación directa con los demás actores, relacionada con las fortalezas que reconocen y consideran como importantes en la consecución de los objetivos en beneficio de la actividad turística y la colectividad, definidas en características como la relevancia política, contacto social, importancia en la comunidad, importancia económica y prestigio social. Y su grado de entrada (*indegree*), o prestigio que consideran los actores en base a su opinión sobre los demás actores, relacionado también con las fortalezas. Los resultados obtenidos permiten conocer la importancia del capital social en la dinámica turística de cada ciudad.

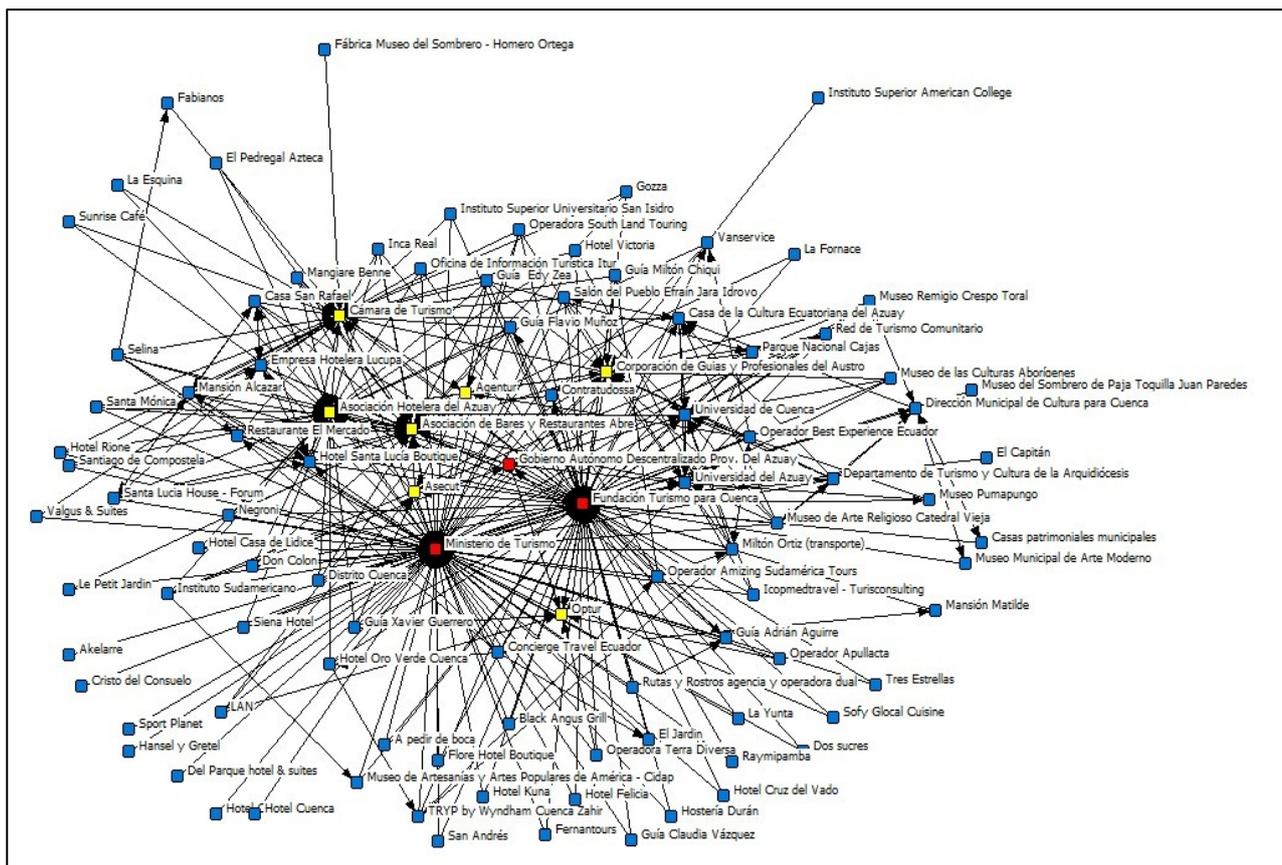
5.1 Análisis relacional de Cuenca

La red de actores turísticos de Cuenca está conformada por 101 actores, de los cuales siete pertenecen al sector público (Ministerio de Turismo, Fundación de Turismo para Cuenca, Gobierno Autónomo Descentralizado Prov. del Azuay, Dirección Municipal de Cultura para Cuenca, Casa de la Cultura Ecuatoriana del Azuay, Oficina de Información Turística Itur y el Parque Nacional Cajas); ocho son gremios y asociaciones (Cámara de Turismo, Asociación Hotelera del Azuay, Corporación de Guías y Profesionales del Austro, Asociación de Agencias y Viajes y Turismo—Asecut, Asociación Nacional de Operadores de Turismo—Optur, Asociación de Agencias de Viajes de Turismo—Agentur, Red de Turismo Comunitario, Asociación de Bares y Restaurantes Abre); veinticinco son hoteles; veintiséis son restaurantes; diecinueve actores que prestan servicios de intermediación y operación turística, guianza y transporte; once museos; dos universidades; un instituto superior universitario y dos institutos que se relacionan con el turismo.

Los valores relacionados con el grado de salida (*outdegree*), es decir el número de relaciones directas que el actor dice tener con otros actores, presentan valores bajos en comparación con el grado de entrada (*indegree*). Es decir, que los actores de la red de Cuenca presentan una influencia baja, reflejada también en sus características. Conforme a lo que se puede observar en las Figuras 1y 2, de los actores públicos, el que presenta un mayor grado es la Fundación de

Turismo (0,150). Se trata del actor con mayor centralidad, debido a que es la institución a cargo de la actividad turística de la ciudad y presenta relación con todos los actores. Sin embargo, su influencia aún es menor, lo que se refleja en la importancia que tiene para la comunidad (0,074). A pesar de ser un actor público a cargo de la gestión turística de la ciudad, su relevancia política es baja (0,044), aunque alta en relación con otros actores.

Figura 1. Red relacional de Cuenca: influencia y prestigio



Fuente: elaboración propia

Hay un segundo grupo de actores que pertenecen al sector privado, conformado por la Corporación de Guías (gremio) y la empresa Lucupa (cadena de hoteles), que se muestran como actores influyentes (0,080). La Corporación de Guías de Turismo, a pesar de ser un gremio relativamente joven, ha logrado posicionarse en la actividad turística de la ciudad. Además, al estar conformada por guías, presenta vínculos con actores que prestan servicio de intermediación turística, obteniendo importancia para la comunidad gracias a su participación activa en las normativas legales relacionadas a reglamentos y disposiciones del área que representa, lo que le ha llevado a tener una cierta relevancia política (0,015). La influencia de la empresa Lucupa se refleja en la fortaleza de sus contactos sociales (0,022), lo que se puede

deber a que es una empresa que representa a una cadena de hoteles, además de su relación estrecha con el sector gastronómico de la ciudad, con presencia no solo local sino en otros mercados, como Guayaquil. La academia es un actor también con valores bajos en su influencia, como es el caso de la Universidad del Azuay (0,070), cuya relación se produce únicamente con ciertos actores con los que desarrolla actividades relacionadas principalmente con el ámbito académico.

A pesar de ser actores que participan en la gestión turística de la ciudad, la Asociación Hotelera y la Cámara de Turismo presentan valores medios de influencia (0,040). En el caso de la Asociación Hotelera, esta participación le ha llevado a tener un cierto grado de relevancia política (0,015), superado por la Cámara de Turismo (0,030), que es un gremio que actualmente se encuentra en una etapa de restructuración, después de varios años sin protagonismo y una falta de relación con otros actores, lo que trajo consigo también una disminución de sus miembros. Sin embargo, ha logrado un prestigio social (0,030) en el poco tiempo de su nueva administración. Otro actor que llama la atención por su bajo nivel es el Ministerio de Turismo (0,030), con un protagonismo casi inexistente en la actividad turística, a pesar de ser la institución a cargo de las políticas en el ámbito turístico nacional. Sus oficinas a nivel zonal no cuentan con un mayor poder de decisión y participación, reflejado en su baja relevancia política (0,007). Ello se debe, sin duda, al alto nivel de descentralización de las competencias en materia de turismo que en este caso recaen en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad.

Con respecto al grado de entrada (*indegree*), es decir el nivel de prestigio que los actores consideran sobre otros actores, se muestran valores mucho más altos en relación al grado de salida, lo que se puede observar también en sus características. El Ministerio de Turismo, a pesar de no tener una fuerte influencia, es considerado un actor con prestigio (0,810), desde el punto de vista del resto de actores. Presenta una relevancia política media (0,415) por representar al organismo responsable de la promoción y gestión de la actividad turística del país. Sin embargo, no es un actor que haya logrado mostrar un trabajo en beneficio del resto de actores, por lo que su importancia dentro de la comunidad (0,089) es baja, al igual que su posición económica (0,052).

La Fundación de Turismo presenta un prestigio alto (0,750). Los actores consideran que es la institución con mayor responsabilidad en la gestión turística local, ligado esto a un nivel medio de relevancia política (0,363), ya que, para muchos actores, se presta a un proyecto político que

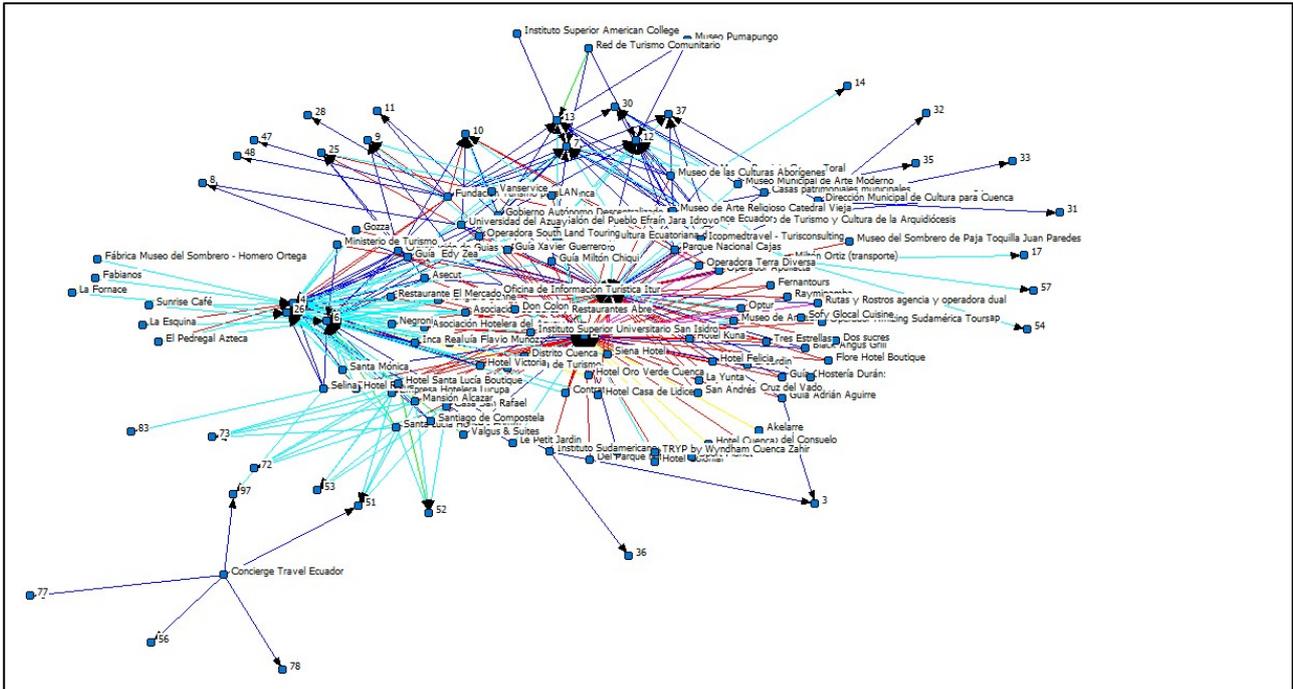
no siempre cubre todas las necesidades del sector. Sin embargo, en comparación con el Ministerio, es considerado importante en la comunidad (0,156).

Dentro del sector privado, la Asociación Hotelera es considerada por los actores con un prestigio medio (0,330), ya que no muestra un trabajo con todo el sector, lo que le sitúa también como un actor muy poco importante en la comunidad (0,111). La Cámara de Turismo es otro actor con un prestigio medio (0,310). Su escaso protagonismo en los últimos años le hace ser considerado muy poco importante dentro de la comunidad, además de la pérdida de socios, reflejado esto en un bajo contacto social (0,074). El análisis del grado de entrada también nos muestra actores con un prestigio relativamente importante, como la Asociación de Bares y Restaurantes (0,280), que es considerado para muchos como un actor con una fuerte relevancia política (0,415) por su presencia en la defensa de las actividades de su sector.

El sector académico es considerado con un prestigio bajo. La Universidad de Cuenca presenta un valor de (0,140), más alto que la Universidad del Azuay (0,111). Los actores consideran que en los últimos años han dejado de lado su participación en la gestión turística de la ciudad y se han centrado únicamente en aspectos académicos, a pesar de que cuentan con espacios participativos.

Cuenca presenta una densidad relacional baja, de 3,8 %, es decir, que, de cada 100 relaciones posibles, se dan casi cuatro. Por tanto, no es una red cohesionada. La centralidad de salida (*outdegree*) muestra valores bajos tanto en el sector público como en el privado, es decir no hay actores influyentes. La Fundación de Turismo es el actor con el mayor número de relaciones iniciadas (quince en total). En relación a su grado de entrada (*indegree*), los valores son mayores, principalmente en dos actores del sector público, y tienen menor grado en varios actores del sector privado.

Figura 2. Red relacional de Cuenca: Importancia en la colectividad



Fuente: elaboración propia

5.2 Análisis relacional de Loja

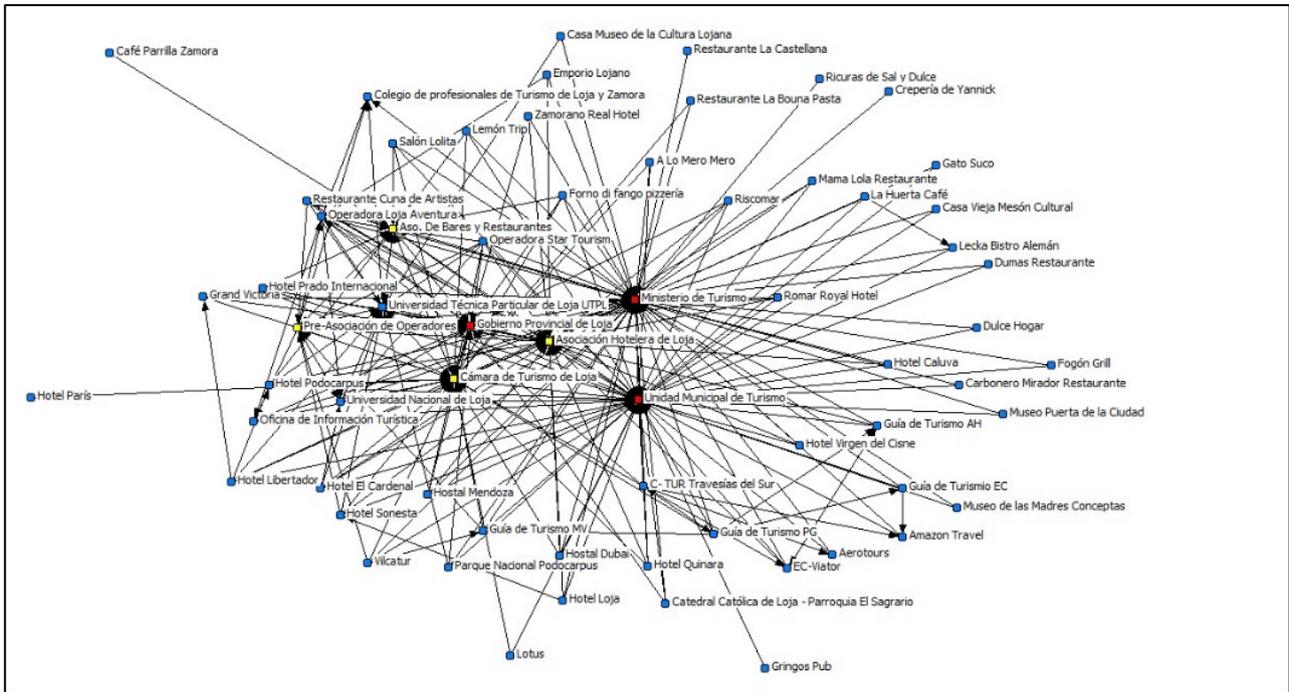
La red relacional de Loja se compone de sesenta y cinco actores. Cinco son actores del sector público (Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial de Loja, Unidad Municipal de Turismo, Oficina de Información Turística, Parque Nacional Podocarpus); cinco asociaciones y gremios (Asoc. de Bares y Restaurantes, Asociación Hotelera de Loja, Cámara de Turismo de Loja, Pre-Asociación de Operadores, Colegio de profesionales de Turismo de Loja y Zamora); dos universidades (Universidad Nacional de Loja, Universidad Técnica Particular de Loja UTPL); dieciséis hoteles; veintidós restaurantes; siete operadoras de turismo; cuatro guías de turismo; y cuatro actores culturales (Figuras 3 y 4).

La centralidad de salida (*outdegree*), es decir la influencia de los actores, es baja, pero, en comparación con Cuenca, presenta valores altos, aunque es una red mucho más pequeña en relación al número de actores que la conforman.

Las relaciones directas de los actores, reflejadas en su nivel de influencia, muestran la misma dinámica de participación tanto del sector público como privado. Es importante destacar que tampoco se muestran valores altos en ninguna de sus fortalezas (relevancia política, importancia en la comunidad, contacto social, prestigio social y posición económica), lo que lleva a pensar que los actores no representan una importancia para el alcance de los objetivos de la actividad,

por lo que se vuelve una red más dispersa, en la que cada actor lleva a cabo sus actividades o las desarrolla entre pocos actores.

Figura 3. Red relacional de Loja: influencia y prestigio



Fuente: elaboración propia

El Ministerio de Turismo (0,141) es el actor del sector público que tiene una mayor influencia, considerando que tiene un rol más protagonista en la ciudad, además de los servicios administrativos que presta, pero aún con muy pocos contactos sociales (0,069). La Pre-Asociación de Operadores Turísticos también presenta una importante influencia (0,141), mantiene una relación con varios actores del sector por la naturaleza de sus actividades y es considerada dentro de su grupo como un actor con una cierta importancia económica (0,056).

El segundo grupo de actores que consideran que tienen una cierta influencia es la Cámara de Turismo (0,125), que desarrolla actividades en beneficio de sus socios, lo que se refleja en un nivel medio de contactos sociales (0,056). La Universidad Técnica Particular de Loja también se muestra como un actor influyente (0,125), por el desarrollo de actividades y proyectos con los actores de las distintas áreas y la relación cercana con ellos. La Asociación de Bares y Restaurantes también presenta una influencia importante (0,109), teniendo en cuenta, además, que es un actor que trabaja estrechamente con la Cámara de Turismo.

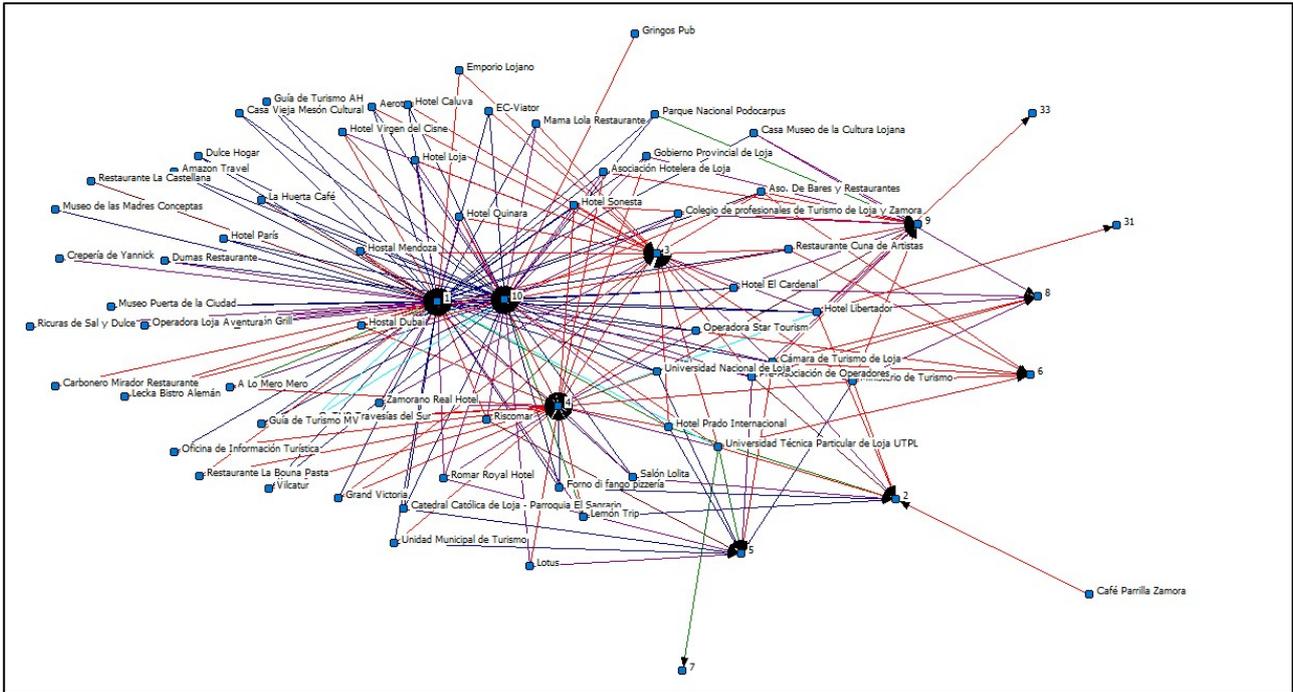
Dentro del sector hotelero, se observa la presencia de un grupo de actores (hoteles Cardenal, Libertador, Podocarpus y Prado Internacional) con un grado de influencia de (0,094). Llevan a cabo actividades e incluso un trabajo en red que les muestra con un mayor rol protagonista que la Asociación Hotelera de Loja, que presenta un grado menor de prestigio de (0,078). Es importante reflejar en este análisis la poca influencia que ejerce la Unidad Municipal de Turismo (0,047), a pesar de ser la institución a cargo de la gestión turística local, lo que se muestra en sus fortalezas, que no alcanzan a ser útiles para los objetivos de la colectividad.

En relación al grado de entrada (*indegree*), es decir la opinión de los actores en relación a otros actores, los resultados muestran que las instituciones públicas son consideradas con un mayor prestigio dentro del sector, como es el caso del Ministerio de Turismo (0,922), al ser la institución a cargo de las políticas y promoción de la actividad en el país, aspectos que se reflejan, aunque en menor nivel en su relevancia política (0,250). La Unidad Municipal de Turismo muestra un prestigio alto (0,797), para los actores es considerada la entidad a cargo de la gestión turística local y la responsable en el establecimiento de lineamientos dentro del sector, por lo que se muestra también como un actor importante para la comunidad (0,146). Sin embargo, goza de una relevancia política media (0,208).

Dentro del sector privado, sobresale con un valor medio la Cámara de Turismo (0,453). Al ser un gremio y contar con la participación de socios de varios sectores, es considerado como un actor con un contacto social importante (0,306), además de su relación con actores del sector público. La Asociación Hotelera de Loja es considerada también como un actor prestigioso (0,361), es valorada como el gremio con un mayor contacto social (0,250), siendo el puente, en algunos casos, entre el sector público y privado hotelero. La Universidad Técnica Particular de Loja ha sido referida como un actor medianamente prestigioso (0,250), debido a su relación constante con actores de la actividad turística, lo que se puede apreciar también en un nivel de prestigio social (0,125).

Los resultados de Loja muestran una densidad de 6,1 %, es decir, que, de cada 100 relaciones posibles, se desarrollan 6. Por tanto, no es una red cohesionada. Su centralidad muestra valores bajos tanto en actores públicos como en privados en su *outdegree*. En consecuencia, no son actores influyentes. En su grado de entrada, relacionado con el prestigio, se observan valores más altos principalmente en el sector público.

Figura 4. Red relacional de Loja: importancia en la colectividad



Fuente: elaboración propia

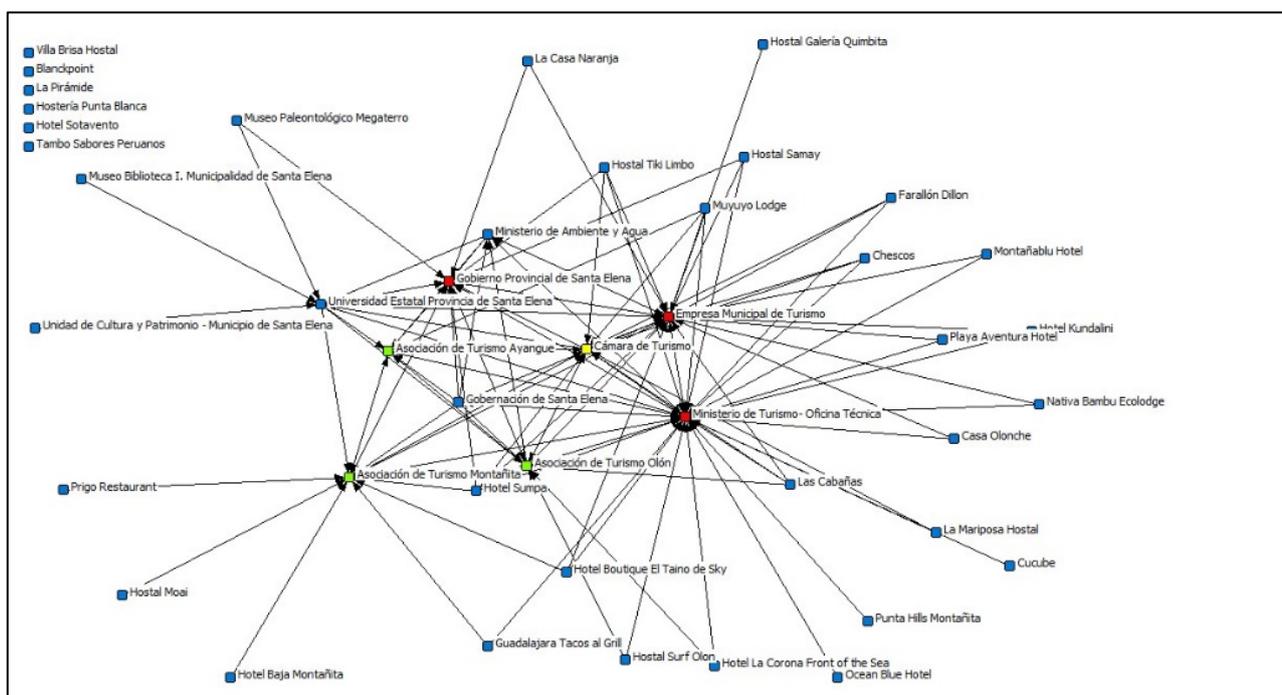
5.3 Análisis relacional de Santa Elena

La red relacional de Santa Elena (Figuras 5 y 6) se conforma de cuarenta y cuatro actores, de los cuales nueve pertenecen al sector público: Ministerio de Turismo-Oficina Técnica, Gobernación de Santa Elena, Ministerio de Ambiente y Agua, Empresa Municipal de Turismo, Gobierno Provincial de Santa Elena, Universidad Estatal Provincia de Santa Elena, Unidad de Cultura y Patrimonio-Municipio de Santa Elena, Museo Biblioteca I. Municipalidad de Santa Elena y el Museo Paleontológico Megaterro. En relación con el sector privado, lo conforman tres asociaciones de turismo (Montañita, Olón, Ayangue) y la Cámara de Turismo. El servicio de alojamiento se encuentra conformado por nueve hostales, dos hosterías, diecisiete hoteles y un *lodge*. Cabe indicar que, en su mayoría, estos establecimientos brindan el servicio de alimentación. Además, existen tres restaurantes.

Es importante indicar que la dinámica turística que tiene Santa Elena es diferente en relación a las otras ciudades. A pesar de ser la capital de la provincia de Santa Elena y un centro administrativo presenta un desarrollo turístico débil, que es superado por otras zonas de la provincia con mayor actividad turística, la Península de Santa Elena, conformada por las comunas de Montañita, Ayangue y Olón. Por esta razón, la red de Santa Elena se ha conformado con actores turísticos de estas zonas.

Respecto al grado de salida (*outdegree*), Santa Elena presenta una influencia tanto en el sector público como en el privado. El Ministerio de Turismo es el actor que, desde su punto de vista, más influye en el desarrollo turístico (0,186). Se trata de un valor bajo, aunque alto en comparación con los demás actores, además de contar con un prestigio social (0,098) y, por las actividades que desarrolla, posee un cierto contacto social (0,069), lo que le hace un actor importante dentro de la comunidad (0,059), pero con muy poca relevancia política (0,039) y posición económica (0,098), al ser únicamente una oficina técnica.

Figura 5. Red relacional Santa de Elena: influencia e importancia



Fuente: elaboración propia

La Cámara de Turismo también se considera un actor influyente en el turismo de Santa Elena (0,163), lo que le lleva a tener una mediana relevancia política (0,059). La Asociación de Turismo Olón también es un actor que se considera influyente dentro del sector (0,163), presenta una fortaleza media en su relevancia política (0,059). Otro actor con una influencia media es la Universidad Estatal de Santa Elena (0,140), cuya participación dentro del sector está enfocada únicamente a las actividades académicas, lo que no le posiciona como un actor importante dentro de la comunidad (0,020).

Las asociaciones de Turismo de Ayangue y Montañita tienen igual influencia en el sector turístico y principalmente en sus comunas (0,116) son actores que han mostrado un cierto interés para mejorar las zonas turísticas de sus áreas por lo que han ganado una cierta relevancia política

(0,059). La Empresa Municipal de Turismo es también un actor con una influencia relativamente baja en relación a los otros actores a pesar que tiene a su cargo el manejo de la actividad turística (0,116) sin lograr ser un actor importante dentro de la comunidad (0,069) y a pesar de ser un actor público responsable del manejo de la actividad presenta una relevancia política media (0,059).

Santa Elena muestra una dinámica similar a Cuenca y Loja en su grado de entrada (*indegree*), con valores altos en actores públicos y asociaciones. El Ministerio de Turismo presenta mayor prestigio (0,674), considerado el actor con mayor protagonismo dentro de las actividades del sector, con una relevancia política media (0,294), por las pocas acciones que ha logrado desarrollar, lo que le convierte también en un actor importante dentro de la comunidad (0,137).

El segundo actor con prestigio alto es la Oficina Municipal de Turismo (0,535). Es considerado como un actor que tiene a cargo el desarrollo de la actividad turística, además de contar con una cierta relevancia política (0,196), lo que se refleja en su grado de importancia en la comunidad (0,147). Sin embargo, es un actor que se relaciona muy poco con los demás actores del sector (0,020).

El Gobierno Provincial es el tercer actor, con un prestigio a nivel medio (0,326). Los actores consideran que tiene relevancia política (0,118), que puede beneficiar al desarrollo turístico de las zonas, principalmente de la costa. Sin embargo, no es un actor que muestre una posición económica importante (0,078), así como tampoco busca una comunicación o contacto social con los demás actores (0,020).

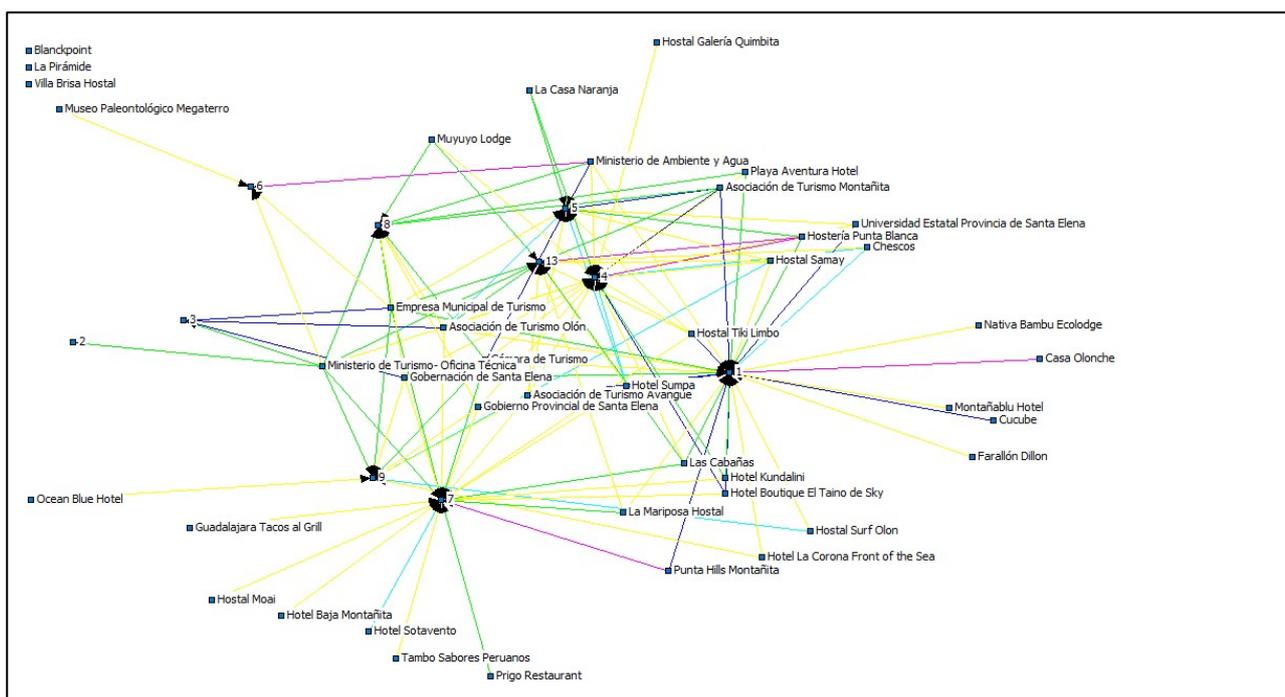
La Asociación de Turismo de Montañita es un actor que tiene también un prestigio medio (0,302). Se ha posicionado como un actor importante para su comuna y también para los otros actores del sector (0,147). Igualmente, la Cámara de Turismo es otro actor con prestigio medio (0,279). Sin embargo, no desarrolla una actividad con todos los actores, por lo que su importancia en la comunidad es baja (0,069).

La Asociación de Turismo Olón es también un actor considerado con prestigio (0,209), con muy poca importancia en su comunidad y con los otros actores, lo que se muestra en un valor bajo (0,069).

La Asociación de Turismo Ayague es considerado un actor prestigioso (0,209). Sin embargo, al igual que la Asociación de Turismo Olón, no logra ser un actor importante dentro de su comunidad (0,059), al mantener una relación débil con los otros actores.

Los resultados de Santa Elena se muestran con mayor actividad turística en la península que en la propia ciudad. Su densidad es de 6,4 %, lo que significa que, de cada 100 relaciones que se podían dar entre los actores, solo se han producido 6. En consecuencia, no es una red cohesionada. Su centralidad se muestra con un grado de salida menor en relación a su grado de entrada, es decir que los actores de Santa Elena son más prestigiosos que influyentes, lo que se refleja en el número de relaciones iniciadas. Es el Ministerio de Turismo el único actor con ocho relaciones, el número más alto en relación a los demás actores.

Figura 6. Red relacional de Santa Elena: importancia en la Colectividad



Fuente: elaboración propia

5.4 Análisis relacional de Zamora

La red relacional de Zamora se conforma por dieciocho actores (Figuras 7 y 8). Cuatro pertenecen al sector público (Ministerio de Turismo, Municipio de Zamora-EMSETUR). En relación a los actores del sector privado, la Cámara de Turismo como gremio, el Centro de Interpretación Cultural Shuar, conformado por la Federación Shuar y la Asociación Shuar del Pangui, financiados por Fundación Lunding de la empresa minera Luding Gold. Hay otros actores privados, como VA Consulting, que desarrolla consultorías, y el instituto de capacitaciones. Tres operadoras de turismo (Zamora Travel, Selva Explorer y Operadora Sendero al Paraíso). Un café-restaurante (Semillas Café Restaurante) y cinco hoteles y hosterías, que brindan el servicio de hospedaje y alimentación.

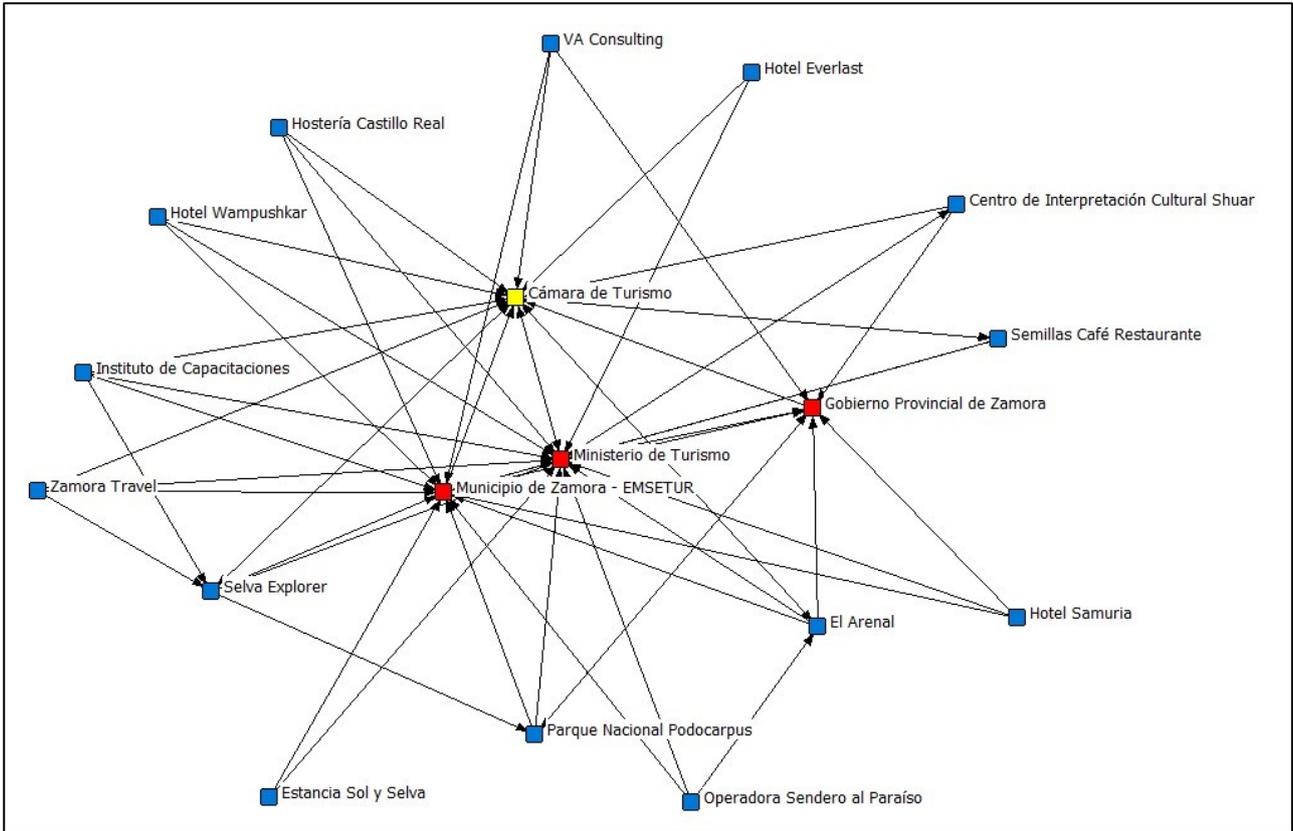
En comparación con las otras ciudades, la red relacional de Zamora presenta valores altos en el grado de entrada (*outdegree*), es decir que existen mayores relaciones entre sus actores, considerando también que es una red conformada con muy pocos actores. Por otra parte, es importante destacar que sigue existiendo una participación de actores tanto públicos como privados. En el caso de los actores públicos, destaca el Ministerio de Turismo como un actor influyente (0,235). Sin embargo, no se muestra como un actor importante en la comunidad (0,087), además de tener muy poca relevancia política (0,043).

La Cámara de Turismo también es un actor influyente dentro de la red (0,235). A pesar de mostrarse como un actor que solo representa a sus miembros, su relevancia política presenta un valor bajo (0,087) y sin contar con más características. Otro actor es el Gobierno Provincial (0,235), que considera que es un actor que desarrolla actividades en favor del sector turístico y que ha logrado ganar una cierta posición dentro de la comunidad (0,087). El Municipio también es un actor influyente (0,176), que desarrolla ciertas actividades, además de los servicios administrativos que presta. Sin embargo, no se considera como un actor con una relevancia política importante (0,043). El centro de interpretación Shuar también presenta una influencia relativamente alta (0,176), debido a que es parte de un proyecto minero de la zona, pero con muy poca importancia aún para las comunidades y los otros actores del sector (0,087).

Dentro del grado de salida destacan dos actores privados, el Hotel Everlast y la Estancia Sol y Selva, cada uno con un grado de (0,118). En el caso de la hostería El Arenal, se ha posicionado como un actor que en algunos casos se desempeña como un nexo para la actividad, por lo que presenta un valor aún mayor en la importancia para comunidad (0,130), además de ser un actor con contactos sociales (0,174). La Estancia Sol y Selva también es un actor que mantiene un contacto social importante, en comparación con otros actores (0,174).

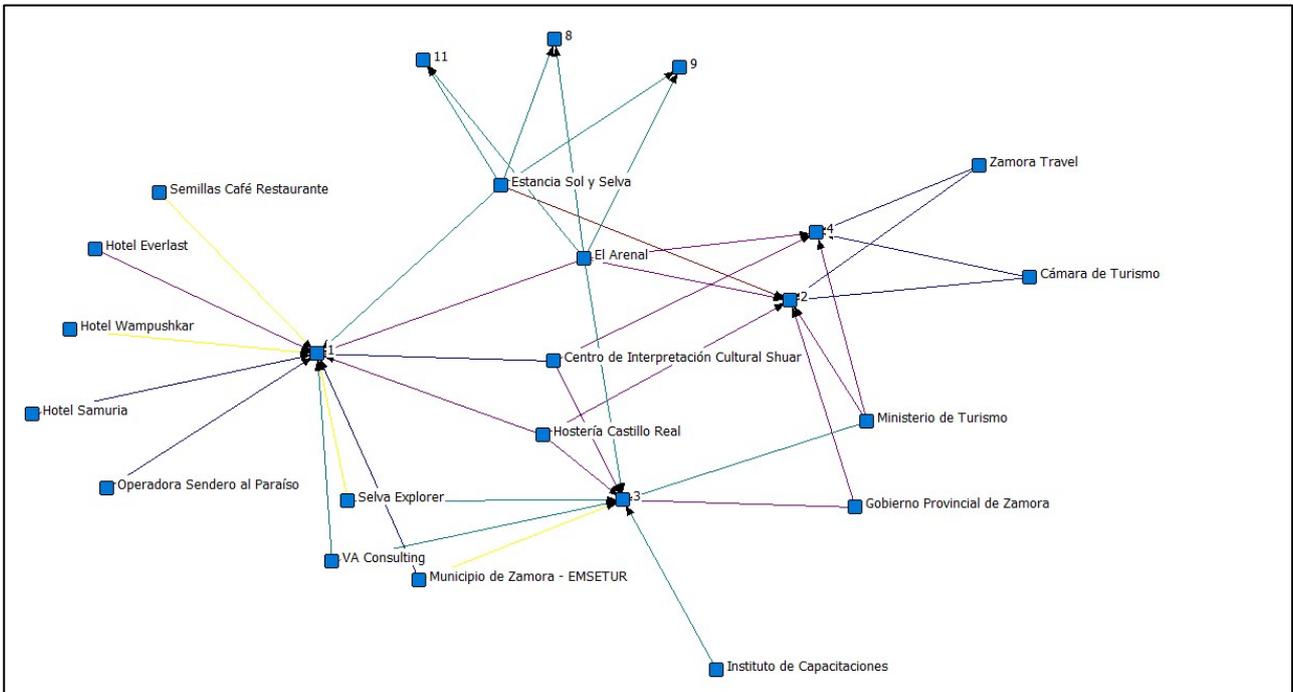
Desde el punto de vista del grado de entrada también se observan valores altos, mayores al grado de salida (*indegree*). El Ministerio de Turismo (0,941) es importante principalmente por las actividades administrativas, pero también por su responsabilidad sobre las acciones del sector a nivel nacional, por lo que es considerado un actor relevante políticamente (0,174) e importante también para la comunidad (0,130). El Municipio también es un actor prestigioso (0,824), al igual que el Ministerio, al que se considera el ente que tiene la responsabilidad de la actividad a nivel local, posicionándose también como un actor importante para la comunidad (0,174), pero con una relevancia política baja (0,087) y sin recursos económicos (0,043).

Figura 7. Red relacional de Zamora: influencia e importancia



Fuente: elaboración propia

Figura 8. Red relacional de Zamora: influencia e importancia



Fuente: elaboración propia

La Cámara de Turismo (0,706) es un actor considerado prestigioso, es reconocido como un actor que se relaciona con la mayoría de actores, lo que le permite mantener importantes contactos sociales (0,217). Para los actores, el Gobierno Provincial (0,412) también cuenta con un prestigio importante, por su accionar en las distintas zonas turísticas, por lo que es considerado importante para la colectividad (0,130), así como también por su relevancia política (0,130) al ser un actor público.

Los resultados de Zamora se muestran diferentes. En primer lugar, su red relacional es pequeña en relación a las otras ciudades. En lo referente a su densidad, es del 19 %, es decir que, de cada 100 relaciones posibles, se dan 19, por lo que es una red relativamente cohesionada. La centralidad se muestra con actores públicos y privados, prácticamente con valores altos en el *outdegree*, es decir que son actores influyentes, y en el *indegree* con valores más bajos en el sector privado, es decir son menos prestigiosos en comparación con el sector público.

Tabla 2. Características de las redes relacionales

	CUENCA			LOJA			SANTA ELENA			ZAMORA		
Índice de desarrollo turístico *	89.04952332			80.1139604			72.73222871			66.41560161		
Densidad	3,8%			6,1%			6,4%			19%		
Centralidad de salida	11,36%			8,08%			12,49%			4,84%		
Centralidad de entrada	78,02%			87,43%			62,47%			79,58%		
Stakeholder principal	1 Público (Fundación) Privado			Ministerio Gremios			Público			Público Cámara		
Fortalezas	Densidad	Out degree	In degree	Densidad	Out degree	In degree	Densidad	Out degree	In degree	Densidad	Out degree	In degree
Posición económica	0,1%	2,13%	5,12%	0,6%	5,05%	9,28%	0,7	5,27	9,27	0,4	4,16	4,16
Prestigio social	0,1%	2,89%	3,63%	0,6%	6,42%	12,06%	0,7	9,30	7,30	0,2	4,35	4,35
Relevancia política	0,7%	3,79%	41,1%	1,7%	2,65%	24,48%	1,4	4,61	28,60	1,6	7,37	16,45
Importancia comunidad	0,7%	6,74%	14,95%	1,4%	3,49%	14,05%	2,8	5,56	13,55	2,4	11,15	15,69
Contacto social	0,6%	1,92%	7,15%	1,4%	5,63%	29,57%	1,3	6,32	6,32	2,4	15,69	20,23

* El índice de desarrollo turístico utilizado en este artículo corresponde a una investigación previa realizadas por los autores, que consistió en el análisis de las ciudades capitales de las 24 provincias de Ecuador mediante un sistema de indicadores y diferentes índices compuestos obtenidos en base a la información disponible sobre cuatro aspectos básicos (la gestión, la infraestructura, los servicios turísticos y los recursos turísticos).

Fuente: elaboración propia

6 Discusión y conclusiones

En el marco de la literatura revisada para este artículo, se analizaron la densidad y centralidad de las redes de actores (Baggio, 2007) de cada una de las ciudades objeto de estudio, lo que ha permitido conocer el comportamiento de los actores que las conforman y el nivel de relación que tienen entre ellos, confirmando lo que dice Merinero (2011, p.20), que “existe una correlación entre las características de las redes de actores de un determinado territorio y el nivel de desarrollo turístico del mismo” .

De acuerdo con lo que plantea Baggio (2006), los nodos de las redes analizadas representan a distintos actores del sector público y privado y cada uno presenta mayor o menor vínculo entre ellos. Se puede concluir que los actores de las ciudades analizadas no buscan una mayor vinculación y participación a pesar que han logrado posicionarse con un cierto prestigio.

De los análisis realizados en las cuatro ciudades, se deduce que los gremios son actores que tienen cierta influencia dentro de la actividad turística de las ciudades y en los actores que forman parte de sus grupos. Por otro lado, la participación de la empresa privada es muy débil, se observa en ciertos casos una vinculación a los gremios. Su relación con el sector público se produce únicamente por trámites de cumplimiento legal, como mantienen Baggio y Sainaghi (2016) que consideran que los actores “interactúan con el entorno ajustando su estructura y comportamiento” (p. 24).

Un aspecto importante es que la mayor parte de la gestión que realizan los gremios la hacen a favor de sus miembros y no siempre benefician a los demás actores, lo que ha llevado a una obligatoriedad en algunos casos a afiliarse para contar con esos beneficios, tal como sostienen (Erkus-Öztürk & Eraydin, 2010) que los actores que conforman las redes tienen objetivos que dependerán del nivel y tamaño de la organización.

Por otra parte, hay que resaltar la escasa participación del Ministerio de Turismo, posicionándolo en su mayoría por su relevancia política y los municipios que alcanzan una participación media a baja, a pesar que son las instituciones que tienen a su cargo la gestión de la actividad turística del país y de las ciudades.

Otro factor importante es la falta de participación e involucramiento de la academia dentro de la actividad turística, al igual que el sector cultural. Estos sectores no presentan una vinculación con el sector público y privado, lo que conlleva a que las actividades culturales se encuentren

aisladas de la oferta turística de las ciudades y las académicas se limiten a espacios de prácticas y no de investigación y vinculación.

Haciendo un análisis por ciudades, las redes relacionales de Cuenca, Loja y Santa Elena se encuentra influenciadas por actores públicos y privados. En Cuenca, la Fundación de Turismo juega un papel importante como actor vinculante de los demás actores, además de sus competencias en la gestión del turismo de la ciudad, y el sector académico tiene muy poca influencia en el turismo de la ciudad. En Loja, se aprecia una mayor influencia del Ministerio de Turismo, además de ser un actor considerado como relevante políticamente. Sin embargo, no se ve una articulación de todos los actores, lo que dificulta un mayor desarrollo turístico. Santa Elena, debido a la dinámica turística que presenta, no permite una mejor articulación de los actores con la actividad turística de la zona. Un caso particular es Zamora, que se muestra como una red en la que influyen todos sus actores, incluso los actores privados con mayor relevancia que el sector público, siendo este último importante desde el punto de vista político.

En un análisis comparativo de las cuatro ciudades, y conforme a lo que sostiene (Baggio, 2006, p. 22), algunos nodos tienen grandes números de conexiones, mientras que la mayoría tienen pocos. La red relacional de Cuenca, a pesar de que se compone de 101 actores, presenta la densidad más baja en comparación con las otras ciudades, apenas el 3,8 % lo que significa que se dan cuatro relaciones por actor. Loja y Santa Elena muestran igual densidad 6 %, teniendo en cuenta que la red de Loja (sesenta y cinco actores) es más numerosa que la de Santa Elena (cuarenta y cuatro actores), aunque sigue siendo baja. Mientras que la red relacional de Zamora se compone de dieciocho actores con una densidad del 19 %, siendo la más alta en comparación con las otras tres, lo que lleva a determinar que, cuanto más grande es la red, menores son los vínculos que se producen entre los actores.

En relación con las hipótesis planteadas para esta investigación, los resultados obtenidos han permitido verificar que, en este caso, no existe una relación directa entre el grado de desarrollo turístico de las ciudades y su dinámica relacional. Esta es una de las principales hipótesis mantenidas (y verificadas) por la literatura científica existente hasta el momento (Merinero & Pulido, 2009; Merinero, 2011; Pulido-Fernández & Merinero-Rodríguez, 2018). En este estudio, se ha comprobado que ocurre justo lo contrario de lo que planteaba esta primera hipótesis, es decir, que las ciudades que tienen un mayor grado de desarrollo turístico, como son Cuenca y Loja, son también las que cuentan con una menor dinámica relacional. Y lo contrario ocurre con Santa Elena y Zamora.

La segunda hipótesis sí que ha quedado corroborada tras los resultados obtenidos en esta investigación. En efecto, las ciudades que tienen más actores centrales presentan un nivel de desarrollo más alto, como es el caso de Cuenca. Loja con un menor número de actores centrales tiene un nivel de desarrollo turístico medio. Santa Elena con muy pocos actores centrales presenta un nivel de desarrollo turístico bajo. Zamora que tiene apenas dos actores centrales muestra un nivel de desarrollo turístico débil. En consecuencia, se puede concluir que existe una relación directa entre la centralidad de los actores y el desarrollo de los destinos turísticos, de tal forma que, cuanto mayor es el número de actores con alta centralidad, mayor es el nivel de desarrollo turístico de la ciudad.

Finalmente, los resultados obtenidos han permitido validar también la tercera hipótesis, según la cual conforme va aumentando el desarrollo turístico de un territorio, la centralidad se va desplazando del sector público al sector privado. En el análisis realizado Cuenca es la ciudad con mayor nivel de desarrollo turístico, presenta una red de actores centrales mayor conformada por asociaciones y empresa privada, que ejercen una cierta influencia y son considerados prestigiosos. Por su parte, Loja presenta un protagonismo medio por parte del sector privado (gremios, empresa privada), destacando también el sector académico. Santa Elena cuenta con actores únicamente con mayor influencia e importancia del sector público y muy poco aún por parte de los gremios, así como también un aislamiento de la empresa privada, lo que va en consonancia con un nivel de desarrollo turístico bajo. Zamora muestra actores con mayor influencia tanto del sector público como del privado, mientras que el nivel de prestigio es mayor en el sector público y menor en el sector privado. En este caso, la hipótesis no puede ser verificada ya que no se observa un desplazamiento del sector público al privado, así como tampoco un protagonismo importante del sector público, debido esto a que el nivel de desarrollo turístico de Zamora es débil.

Al profundizar dicho análisis se puede ver que los resultados obtenidos son aspectos estratégicos que deben ser considerados por los gestores turísticos de estas ciudades y de las instituciones públicas a cargo de la gestión y administración de la actividad en el país. Por tanto, estos resultados permiten desarrollar procesos de planificación basados en las potencialidades y debilidades de los territorios; la inclusión de todas las partes interesadas en la toma de decisiones para el desarrollo de la actividad turística; la sinergia entre el sector público y privado para una mejor dinámica de los territorios; la promoción y competitividad de la actividad turística; la creación de nuevas oportunidades a través de emprendimientos locales que puedan beneficiar directamente a sus actores y al territorio en el que se desarrolla.

Como limitaciones de esta investigación se podría considerar la afectación del sector turístico debido a pandemia originada por la COVID-19, que ocasionó un mayor impacto en los países en desarrollo, como es Ecuador, y que dificultó enormemente la realización de las entrevistas que han dado lugar a esta investigación. Igualmente, cabe considerar como limitación la dificultad de investigar en un país en desarrollo, en el que no se dispone de información cuantitativa y en el que los actores turísticos son muy reacios a facilitar información sobre sus negocios o actividades. Ello dificultó seriamente el proceso de realización de entrevistas, pues obligó a insistir muchas veces a algunos de los actores sobre la importancia de la realización de las mismas. Esta dificultad lleva a una tercera limitación: la escasa disponibilidad de los actores a participar en este proceso obligó a reducir el tamaño de la entrevista (ya de por sí extensa), impidiendo disponer de un mayor volumen de información, que hubiera permitido realizar un análisis más complejo, utilizando herramientas del software UCINET hasta ahora poco consideradas por la literatura.

Agradecimientos: Las/os autoras/es declaran que no existe ningún conflicto de interés con relación a la publicación de este artículo.

Declaración responsable: Las/os autoras/es declaran que no existe ningún conflicto de interés con relación a la publicación de este artículo. Las tareas se han distribuido de la siguiente manera: el artículo ha sido coordinado por Diana López-Molina. Las/os autoras/es han participado en la revisión bibliográfica, el análisis de Redes Sociales (ARS) y la redacción del artículo.

Bibliografía

- Albrecht, J.N. (2013). Networking for sustainable tourism –towards a research agenda. *Journal of Sustainable Tourism*, (21), 639-657. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.721788>
- Asero, V., Gozzo, S., & Tomaselli, V. (2016). Building tourism networks through tourist mobility. *Journal of Travel Research*, (55), 751-763. <https://doi.org/10.1177%2F0047287515569777>
- Baggio, R. (2006). Complex systems, information technologies and tourism: a network point of view. *Information Technology and Tourism*, (8), 15-29. <https://doi.org/10.3727/109830506778193850>
- Baggio, R. (2007). The web graph of a tourism system. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, (379), 727-734.
- Baggio, R., Scott, N., & Wang, Z. (2007). What network analysis of the WWW can tell us about the organisation of tourism destinations. In *Proceedings of the CAUTHE Sydney*. February 11-14. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.107.1612>
- Baggio, R., Scott, N., & Cooper, C. (2010). Network science: A review focused on tourism. *Annals of Tourism Research*, (37), 802-827. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.02.008>
- Baggio, R., & Cooper, C. (2010). Knowledge transfer in a tourism destination: the effects of a network structure. *The Service Industries Journal*, 30(10), 1757-1771, <https://doi.org/10.1080/02642060903580649>
- Baggio, R. (2013). Studying complex tourism systems: a novel approach based on networks derived from a time series. In *XIV April International Academic Conference on Economic and Social Development*. Moscow, April 2-5. arXiv preprint arXiv:1302.5909. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1302.5909>
- Baggio, R., & Sainaghi, R. (2016). Mapping time series into networks as a tool to assess the complex dynamics of tourism systems. *Tourism Management*, (54), 23-33. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.008>
- Baggio, R. (2020). Tourism destinations: A universality conjecture based on network science. *Annals of Tourism Research*, (82), 102929. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102929>
- Bras, J.M., Costa, C., & Buhalis, D. (2010). Network analysis and wine routes: the case of the Bairrada Wine Route. *The Service Industries Journal*, (30), 1621-1641. <https://doi.org/10.1080/02642060903580706>

- Cohen, E., & Cohen, S.A. (2012). Current sociological theories and issues in tourism. *Annals of Tourism Research*, (39), 2177-2202. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.009>
- Cooper, Ch., Scott, N., & Baggio, R. (2009). Network Position and Perceptions of Destination Stakeholder Importance. *Anatolia*, (20), 33-45. <https://doi.org/10.1080/13032917.2009.10518893>
- Da Fontoura Costa, L., & Baggio, R. (2009). The web of connections between tourism companies: Structure and dynamics. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, (388), 4286-4296. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2009.06.034>
- Erkus-Öztürk, H., & Eraydin, A. (2010). Environmental governance for sustainable tourism development: Collaborative Networks and organization building in the Antalya tourism region. *Tourism Management*, (31), 113-124.
- Farsani, N.T., Coelho, C.O.A., & Costa, M.M. (2014). Analysis of Network Activities in Geoparks as Geotourism Destinations. *International Journal of Travel Research*, (16), 1-10. <https://doi.org/10.1002/jtr.1879>
- Gallegos, N.A., González, E.G.M., & Ávila, J.A. (2017). Análisis de redes sociales: Conceptos clave y cálculo de indicadores. *Chapingo, México: Universidad Autónoma Chapingo (UACH), Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial (CIESTAAM)*. Serie: Met.
- García-Andreu, H., Ortiz, G., & Aledo, A. (2015). Causal maps and indirect influences analysis in the diagnosis of Second-Home tourism impacts. *International Journal of Tourism Research*, (17), 501-510. <https://doi.org/10.1002/jtr.2017>
- Ibáñez, R., & Villa, C.C. (2011). *Teoría general del turismo: un enfoque global y nacional*. Universidad Autónoma de Baja California Sur. Academia Mexicana de Investigación Turística
- Kimbu, A.N., & Ngoasong, M.Z. (2013). Centralized decentralization of tourism development: A network perspective. *Annals of Tourism Research*, (40), 235-259. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.09.005>
- Ledesma González, O., Merinero-Rodríguez, R., & Pulido-Fernández, J.I. (2021). Tourist destination development and social network analysis: What does degree centrality contribute? *International Journal of Tourism Research*, (23), 652-666. <https://doi.org/10.1002/jtr.2432>

- McKercher, B. (1999). A chaos approach to tourism. *Tourism management*, (20), 425-434. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00008-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00008-4)
- Merinero, R., & González, O.L. (2019). Analizando la gobernanza urbana mediante la aplicación del análisis de redes sociales (ARS): el caso del Segundo Plan Estratégico de Málaga. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (80). <https://doi.org/10.21138/bage.2593>
- Merinero-Rodríguez, R. (2011). Redes de actores y desarrollo turístico: estudio de casos en Portugal. *Journal of Tourism Analysis=Revista de Análisis Turístico*, (11), 9-21.
- Merinero, R. (2015). La agenda de investigación del turismo mediante el análisis cuantitativo de redes sociales (QSNA). *Cuadernos de Turismo*, (36), 269-294. <https://doi.org/10.6018/turismo.36.230991>.
- Merinero, R., & Pulido, J.I. (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, (23), 173-193
- Merinero-Rodríguez, R., & Pulido-Fernández, J.I. (2016). Analysing relationships in tourism: A review. *Tourism Management*, (54), 122-135. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.010>.
- Osorio, Maribel (2000). Nuevos Caminos para el Estudio del Turismo desde la Teoría de Sistemas. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, (7). <https://www.redalyc.org/pdf/105/10502309.pdf>
- Pulido-Fernández, J.I., & Merinero-Rodríguez, R. (2018). Destinations' relational dynamic and tourism development. *Journal of destination marketing & management*, (7), 140-152. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.09.008>
- Valiente, G.C., & Forga, J.M.P. (2012). Las asociaciones como eje vertebrador del desarrollo del turismo industrial: la red XATIC y el turismo industrial en Cataluña. *Journal of Tourism Analysis: Revista Análisis Turístico (JTA)*, (13), 49-56.
- Von Bertalanffy, L. (1972). The history and status of general systems theory. *Academy of management journal*, (15), 407-426. <https://doi.org/10.5465/255139>