

revista de ANÁLISIS TURÍSTICO



Primer semestre de 2012

Núm. 13

SUMARIO

ARTÍCULOS

“Los hoteles de la región de Murcia ante las redes sociales y la reputación online”

Soledad María Martínez María-Dolores, Juan Jesús Bernal García y Juan Pedro Mellinas

“Tecnologías de la información en el sector hotelero y sus implicaciones en las relaciones empresa-cliente”

M^a Eugenia Ruiz Molina, Irene Gil Saura y Beatriz Moliner Velázquez

*“Actitud de la comunidad residente en Acapulco hacia los *spring breakers* y su comportamiento”*

Martha Marivel Mendoza Ontiveros y Juan Carlos Monterrubio Cordero

*“Quality, tourism and standardisation: Italy towards a *Plan Integral de Calidad del Turismo*? A brief look at the breach of the tourist contract”*

María Cimmino

“Las asociaciones como eje vertebrador del desarrollo del turismo industrial: la red XATIC y el turismo industrial en Cataluña”

Gemma Cànoves Valiente y José M^a Prat Forga

“Sobre rutas históricas e itinerarios culturales en el turismo”

Nuria Morère Molinero



REVISTA DE ANÁLISIS TURÍSTICO, nº 13, 1º semestre 2012, pp. 49-56

LAS ASOCIACIONES COMO EJE VERTEBRADOR DEL DESARROLLO DEL TURISMO INDUSTRIAL: La red XATIC y el turismo industrial en Cataluña

Gemma Cànoves Valiente
José M^a Prat Forga
Universidad Autónoma de Barcelona

Revista de Análisis Turístico

ISSN impresión: 1885-2564; ISSN electrónico: 2254-0644

Depósito Legal: B-39009

©2012 Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)

www.aecit.org email: analisisturistico@aecit.org

LAS ASOCIACIONES COMO EJE VERTEBRADOR DEL DESARROLLO DEL TURISMO INDUSTRIAL: La red XATIC y el turismo industrial en Cataluña

Gemma Cànoves Valiente

gemma.canoves@uab.cat

José M^a Prat Forga

josepmaria.prat@uab.cat

Departamento de Geografía de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)¹

resumen

El turismo industrial permite acercarse a la historia de la revolución industrial, de su tecnología y de sus procesos productivos, introduciéndose en las relaciones socioculturales del mundo obrero. Cataluña fue una de las primeras regiones del área mediterránea que inició su industrialización, con una especialización por zonas, pero, a diferencia de otros lugares de Europa, como el Reino Unido, Alemania o Francia, donde es una opción turística consolidada, aún presenta un bajo grado de desarrollo. Por ello, el conocimiento de los actores turísticos del territorio, y de sus relaciones, es un elemento básico para la gestión activa de cualquier destino turístico.

En este trabajo, con el objetivo de explicar como las asociaciones dedicadas a la promoción del turismo industrial tienen un destacado papel en la dinámica relacional generada por las redes sociales creadas alrededor de este tipo de turismo, con Ucinet 6 y Netdraw, se analiza el caso de la red XATIC, una asociación formada actualmente por 22 municipios con el objetivo de dar soporte al turismo industrial en Cataluña y explicar al gran público la transformación del territorio y de la sociedad catalana contemporánea, y que tiene un papel preponderante en el desarrollo de este turismo en el territorio.

Palabras clave: Redes sociales, análisis de relaciones sociales, turismo industrial, asociaciones, Cataluña.

abstract

The industrial tourism allows to approach the history of the industrial revolution, of his technology and of his productive processes, getting in the sociocultural relations of the working world. Catalonia was one of the first regions of the Mediterranean area that initiated his industrialization, with a specialization for zones, but, unlike other Europa's places, as the United Kingdom, Germany or France, where it is a tourist option consolidated, still he presents a low degree of development. For it, the knowledge of the tourist actors of the territory, and of his relations, is a basic element for the active management of

In this paper, with the aim to explain as the associations dedicated to the promotion of the industrial tourism they have an out-standing paper in the relational dynamics generated by the social networks created about this type of tourism, with Ucinet 6 and Netdraw, there is analyzed the case of the network XATIC, an association formed nowadays by 22 municipalities with the aim to give support to the industrial tourism in Catalonia and explaining to the great public the transformation of the territory and of the Catalan contemporary company, and that has a preponderant paper in the development of this tourism in the territory.any tourist destination.

Key words: Social networks, analysis of social relations, industrial tourism, associations, Catalonia.

¹ Esta comunicación se desarrolla en el marco del proyecto de investigación "Turismo, territorio e identidad: procesos de revalorización de espacios y actividades en el medio rural español. Un análisis comparado de los casos de Cataluña, Galicia y Murcia", del Plan Nacional de I+D+i, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. Referencia: CSO2009-11793

1. introducción

En Cataluña, la industrialización empezó con un cierto retraso respecto a países como el Reino Unido, Alemania o Francia, pero ello no fue obstáculo para que ciertas zonas del territorio se industrializaran a gran velocidad y con notable éxito comercial, de manera que muchas de las ciudades y de los paisajes catalanes actuales son fruto de aquella época y del legado patrimonial que nos dejó.

En el actual contexto post-fordista del turismo, caracterizado por una mayor experiencia de los turistas, más disponibilidad de tiempo libre, hábitos consumistas y un mayor poder adquisitivo, nos encontramos en un mercado con cambios constantes y demandas en permanente modificación (Priestley y Llund, 2007), que tienen que ver con actitudes y no simplemente con comportamientos, de modo que dichas actitudes marcan el camino hacia el nuevo modelo de consumo de los bienes y servicios turísticos (Oliver y Alloza, 2009).

Ante esta situación, el turismo industrial, como cualquier tipo de turismo cultural, conecta la realidad y la evolución de un territorio para comprender su realidad actual, integrando la historia, la arqueología, la sociología, la arquitectura, el urbanismo, la geografía y la tecnología, ya que la visita a museos, los itinerarios, las rutas industriales y los paisajes permiten acercarse a la historia de la revolución industrial, trasladarse en el tiempo e introducirse en la estructura y la organización del mundo obrero, tanto social como tecnológicamente.

El concepto de patrimonio es difícil de precisar, aunque puede considerarse como el conjunto de aquellos bienes culturales, materiales o inmateriales que, sin límite de tiempo ni espacio, se han heredado, reunido y conservado con el objetivo de ser transmitidos a las generaciones futuras (Terés, 2008). Así pues, el patrimonio se convierte en un bien público, cuya conservación ha de estar asegurada por los poderes públicos (Hernández, 2002). Por ello, se puede definir el patrimonio cultural como todo aquello que socialmente se considera digno de ser conservado, independientemente de su utilidad, tal como se refleja en la Ley del Patrimonio Cultural Catalán 9/1993 del 30 de septiembre, que dice que: *“El patrimonio cultural catalán está integrado por todos los bienes muebles e inmuebles relacionados con la historia y la cultura de Cataluña, que por su valor histórico, artístico, arquitectónico, arqueológico, paleontológico, etnológico, documental, bibliográfico, científico o técnico merecen una protección y una defensa especiales, de manera que puedan ser disfrutados por los ciudadanos y ser transmitidos en las mejores condiciones a las futuras generaciones”*.

De esta manera el patrimonio industrial engloba todos aquellos bienes industriales que la sociedad percibe como testimonio de una época y que, por tanto, pueden ser objeto de estudio para comprender el pasado y reforzar la memoria colectiva (Pardo, 2008), creándose una arqueología industrial, con una serie de problemas y

reflexiones que abarcan una dimensión física y conceptual novedosa, pasando de la mera exposición museística de máquinas aisladas a la exhibición de multitud de elementos interrelacionados con el territorio (infraestructuras, factorías, almacenes, canales, puentes, líneas ferroviarias, etc.), con el objetivo de explicar lo más fielmente posible los procesos industriales ocurridos y los paisajes asociados (Negri, 2007).

Sin embargo, en Cataluña, con una fuerte tradición industrial, el turismo industrial es todavía poco conocido, a diferencia de otros lugares de Europa donde ya es una opción turística consolidada, como el Reino Unido, Alemania o Francia, donde los elementos patrimoniales de la época industrial y las industrias actualmente en funcionamiento forman parte de la oferta turística, llegando a convertirse, en algunos casos, en verdaderos referentes turísticos, como *Ironbridge* (Inglaterra) o *Guinness Storehouse* (la atracción turística más visitada de Irlanda).

2. dinámica relacional en el turismo industrial

En este nuevo contexto del turismo, el desarrollo del turismo industrial depende de la capacidad de los destinos para crear y mantener redes de colaboración¹ entre los diferentes agentes, privados y públicos, presentes en el territorio, vinculadas económicamente, geográficamente, socialmente y culturalmente (Ávila y Barrado, 2005), de manera que el conocimiento de los actores y de las relaciones generadas en la red resultan fundamentales para el desarrollo turístico del destino.

Por otra parte, la mayoría de autores que estudian las redes están de acuerdo en definir una red social como un conjunto de relaciones que no implican en sí mismas ni una conciencia organizadora, ni un sentimiento de pertenencia, ni una frontera (Grossetti, 2009), de manera que las relaciones que se genera un entramado de informaciones y conocimientos que ayudan a la promoción y al desarrollo de este turismo, siendo fundamental una buena coordinación entre la sociedad civil y los organismos públicos (Teo y Lim Hiong Li, 2003).

En este contexto, siguiendo la línea argumental de Merinero y Pulido (2009), que indican que existe una correspondencia directa entre las relaciones que se produce a través de los agentes implicados en el desarrollo turístico de un destino y el nivel que alcanza este desarrollo, de manera que a mayor intensidad de dichas relaciones mayor es el desarrollo turístico del territorio, en el presente trabajo, con el objetivo de confirmar dicha dinámica relacional en el caso del turismo industrial, se han analizado las características de las relaciones establecidas entre los "links" existentes entre los principales actores involucrados con el

desarrollo de este tipo de turismo en un territorio, con especial énfasis en el papel dinamizador de las asociaciones de turismo industrial, como es el caso de la red XATIC en Cataluña.

Como que para ello es importante determinar las relaciones existentes entre los actores presentes en el destino, ya que las relaciones entre los actores, y no sólo los atributos como manifestación de la estructura social, tienen un poder explicativo importante del comportamiento social (Molina, 2001), en este artículo se propone demostrar las dos hipótesis siguientes:

- 1ª) Las relaciones multilaterales, estables y normativas generadas a través de las redes sociales favorecen el desarrollo del turismo industrial en los destinos
- 2ª) La dinámica relacional que generan las asociaciones dedicadas a la promoción del turismo industrial es fundamental en el desarrollo de este tipo de turismo

El planteamiento metodológico de este trabajo parte del reconocimiento de la importancia que tienen las relaciones entre los actores en un destino turístico, centrándonos específicamente en el turismo industrial en Cataluña y las relaciones sociales generadas por una asociación dedicada a la promoción y desarrollo de este tipo de turismo, la red XATIC, utilizando el análisis de las redes sociales (ARS), conjunto de técnicas desarrolladas para el estudio formal de las relaciones existentes entre los actores sociales y las estructuras que surgen de la recurrencia de dichas relaciones (Requena, 1989, 2003; Hanneman, 2000), que trata los sistemas como redes de dependencia que resultan de la diferente posesión de recursos escasos en los actores de la red ("nodos") y de la asignación estructurada de estos recursos a los vínculos, de modo que la estructura social formada en torno a estos actores puede tener un impacto relevante en su comportamiento y en su posición de poder (Sanz, 2003).

Para realizar este análisis de las redes sociales se identificaron los actores más relevantes en cada uno de los tres grupos previamente determinados (establecimientos de turismo industrial – organismos públicos – asociaciones), para lo cual se utilizó la técnica denominada "bola de nieve" (Granovetter, 1976; Erickson et al., 1981, 1983; Díaz et al., 1992; Frank y Snidjers, 1994; Molina, 2001), de manera que, a partir de un cuestionario libre se pidió a cada actor, identificado inicialmente mediante fuentes indirectas de información, que indicase los actores involucrados con el turismo industrial en el territorio y con los que tenía relación una cierta relación. Después, para el análisis propiamente dicho y su posterior visualización se usó Ucinet 6 (Borgatti, et al., 2002) y Netdraw.

Finalmente, la pertinencia de este trabajo se fundamenta en el hecho de que los análisis relacionales han sido objeto de poco interés en la literatura académica hasta hace pocos años, ya que la mayoría de los estudios se han focalizado en la perspectiva del actor

y no tanto en las relaciones que se producen entre dichos actores (Merinero y Pulido, 2009).

3. la red Xatic y el turismo industrial en Cataluña

Con el objetivo de generar una línea de actuación común como instrumento de proyección, atracción de visitantes y creación de una actividad económica y cultural entorno al turismo industrial², un conjunto de 18 municipios catalanes, con un importante y variado legado industrial que permite conocer la revolución industrial en este territorio, la transformación del paisaje y de la sociedad de la Cataluña contemporánea, con el apoyo del Museo Nacional de la Ciencia y la Técnica de Cataluña (MNACTEC), acordaron el 20 de diciembre del 2004 presentar una candidatura para obtener un financiamiento para un Plan de Dinamización Turística (PDT), que promoviese el turismo industrial y lo convirtiese en un elemento de dinamización local, tanto económica como culturalmente.

La relación y situación de los 18 museos iniciales de la red XATIC, cuyas relaciones sociales se analizan en este artículo, es la siguiente.

Cuadro 1. Tabla con la relación de los 18 museos iniciales de la red XATIC (2006-2009).

NOMBRE	LOCALIDAD	COMARCA	PROVINCIA
Serradora	Àreu	Pallars Sobirà	Lleida
Museo de las Minas	Bellmunt	Priorat	Tarragona
Museo Molino Papelero	Capellades	Anoia	Barcelona
Parque Cultural Montaña de Sal	Cardona	Bages	Barcelona
Museo del Cemento Asland	Castellar de n'Hug	Berguedà	Barcelona
Ecomuseo Farinera	Castelló d'Empúries	Alt Empordà	Girona
Museo de las Minas	Cercs	Berguedà	Barcelona
La Rajoleta	Esplugues de Llobregat	Baix Llobregat	Barcelona
Mina de Petróleo	Riutort	Berguedà	Barcelona
Museo de la Piel	Igualada	Anoia	Barcelona
Museo Industrial del Ter	Manlleu	Osona	Barcelona
Museo de la Técnica	Manresa	Bages	Barcelona
Museo del Corcho	Palafrugell	Baix Empordà	Girona
Colonia Vidal	Puig-reig	Berguedà	Barcelona
La Farga Palau	Ripoll	Ripollès	Girona
Colonia Güell	Santa Coloma de Cervelló	Baix Llobregat	Barcelona

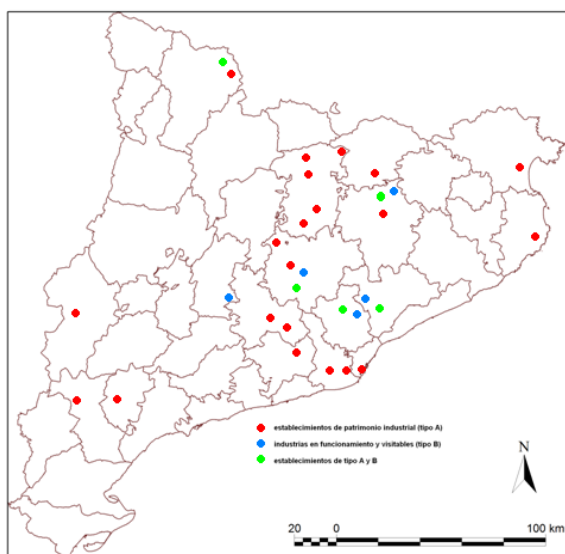
² También existe el Sistema Territorial del MNACTEC (STMNACTEC), auspiciado por el Museo de la Ciencia y de la Técnica de Cataluña, con el objetivo principal de preservar el patrimonio industrial para explicar la industrialización catalana, agrupando diferentes museos, cada uno de los cuales es singular respecto al resto, y teniendo en cuenta tanto los aspectos técnicos como los sociales y los culturales

Museo Nacional de la Ciencia y la Técnica de Cataluña (MNACTEC)	Terrassa	Vallès Occidental	Barcelona
Museo del Ferrocarril	Vilanova i la Geltrú	Garraf	Barcelona

Fuente: Elaboración propia, a partir de la Memoria del Plan (2010).

La localización de la oferta turística de la red XATIC, formada por establecimientos de patrimonio industrial (tipo A) e industrias actualmente en funcionamiento y visitables (tipo B), es la que se aprecia en el mapa siguiente (Mapa 1).

Mapa 1. Mapa de situación de la oferta actual de productos de turismo industrial de la red XATIC.



Fuente: Elaboración propia, a partir de la Memoria del Plan (2010).

(NOTA: Las del tipo A están señaladas con círculos rojos, las del tipo B con círculos azules y las mixtas con círculos verdes)

El convenio con la Generalitat de Cataluña se firmó el 9 de mayo del 2005, y el 27 de febrero del 2006, con la aprobación de sus estatutos, nació la Red de Turismo Industrial de Catalunya ("Xarxa de Turisme Industrial de Catalunya", en adelante XATIC), que tiene su sede en Terrassa, en la provincia de Barcelona. Finalmente, el 25 de julio del 2006, se firmó un acuerdo con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, dentro del Plan Integral de Calidad Turística Española (PCTE), orientado a favorecer el desarrollo de nuevos productos turísticos en destinos emergentes. En la actualidad, además de los 22 los municipios que constituyen la red XATIC (en el 2007 se añadió Esplugues de Llobregat; en el 2008, Guardiola de Berguedà; en el 2009, Palau-solità i Plegamans; y en el 2010, Ascó), también se mantiene un convenio especial de colaboración con el Consorcio del Parque Fluvial del Llobregat para dar cobertura a sus municipios (Berga, Avià, Olvan, Gironella, Puig-reig, Gaià, Navàs, Casserres y Balsareny).

Esta unión de municipios ofrece la posibilidad de conocer la gran diversidad territorial y productiva de Cataluña y descubrir el variado legado social y patrimonial que define una propuesta de turismo que estructura, ordena y promueve el patrimonio industrial y la industria actualmente en funcionamiento, estableciendo un nuevo eje de turismo de calidad en Cataluña que, bajo el concepto de turismo industrial, complementa, singulariza y diversifica la oferta turística existente.

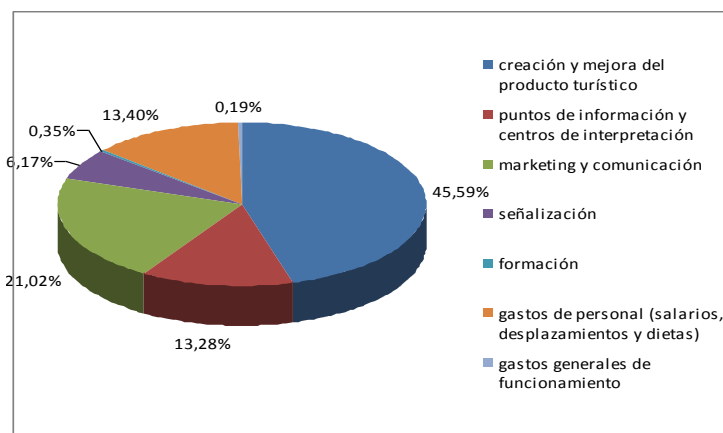
Los principales objetivos de la red XATIC son:

- Promover el concepto de turismo industrial y generar su demanda
- Valorizar turísticamente el patrimonio industrial
- Posicionar Cataluña como uno destino de turismo industrial de referencia
- Aumentar el número de visitantes de los recursos de turismo industrial
- Hacer del turismo industrial un elemento de dinamización del territorio
- Establecer un nuevo modelo de promoción turística

Para ello, con un presupuesto de 1.500.000 €, financiado a partes iguales por el Gobierno del Estado Español, la Generalitat de Cataluña y los municipios involucrados, se han efectuado dos tipos de actuaciones: una, conjunta de todos los integrantes de la red XATIC, y otra, específica con cada uno de los productos ofertados.

La distribución del presupuesto a lo largo del período de vigencia del Plan (desde julio del 2006 hasta enero del 2010) ha sido la reflejada en el gráfico siguiente (gráfico 1); donde se aprecia como casi la mitad del presupuesto (el 45,59%) se ha utilizado para la creación y mejora de los productos turísticos, seguido por el marketing y la comunicación (el 21,02%), los gastos de personal (el 13,40%) y los servicios públicos al turista (como pueden ser los puntos de información y centros de interpretación) con el 13,28%.

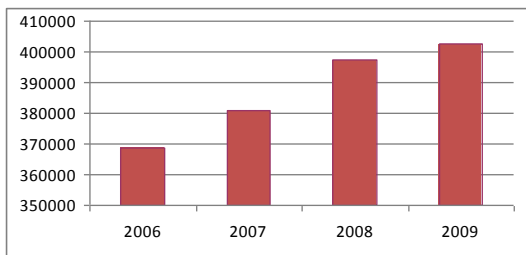
Gráfico 1. Distribución del presupuesto a lo largo del período (julio-2006 - enero 2010).



Fuente: Elaboración propia, a partir de la Memoria del Plan (2010).

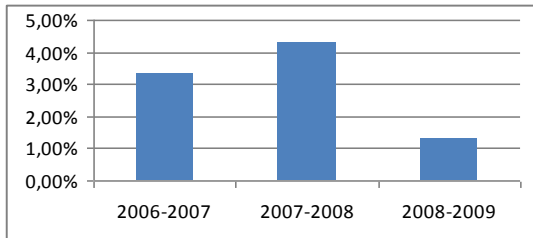
A lo largo del año 2006, un total de 368.747 personas visitaron estos 18 museos; aumentando dicha cifra hasta los 402.806 visitantes en el año 2009 (gráfico 2), siguiendo el ratio de crecimiento anual mostrado en el gráfico 3 (superior al 4% anual en el año 2008).

Gráfico 2. Evolución del número anual de visitantes en los 18 museos de la red XATIC (2006-2009)



Fuente: Elaboración propia, a partir de la Memoria del Plan (2010).

Gráfico 3. Evolución del crecimiento del número anual de visitantes en los 18 museos de la red XATIC (2006-2009)



Fuente: Elaboración propia, a partir de la Memoria del Plan (2010).

4. análisis de la dinámica relacional generada por la red Xatic en Cataluña

Para realizar el ARS de este caso, aplicando el método "snowballing", se constituyó una lista inicial de 36 actores distintos pertenecientes a algunos de los colectivos previamente identificados; que se ha amplió a 73 en una segunda oleada, según el siguiente reparto (Cuadro 2).

Cuadro 2. Tabla con la cantidad de actores distintos seleccionados para el análisis de la red, según el nivel de búsqueda

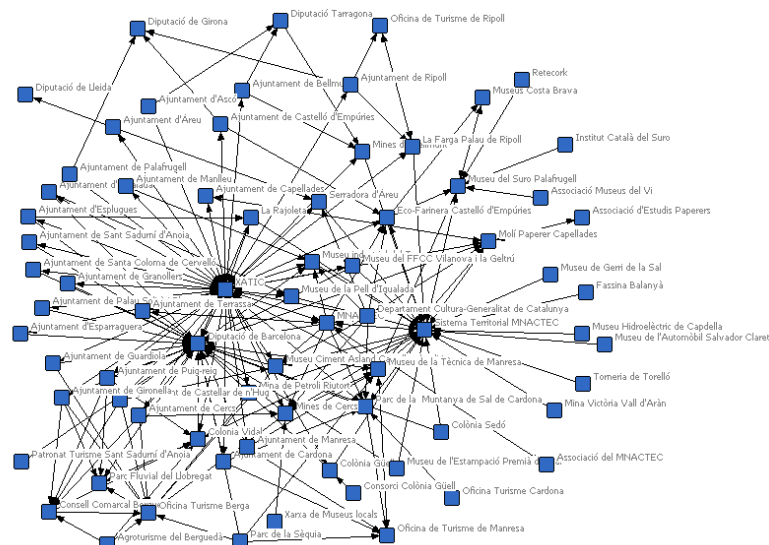
FASE	MUSEOS TURISMO INDUSTRIAL	ORGANISMOS PÚBLICOS	ASOCIACIONES	ACTORES DIFERENTES	%
1	10	25	1	36	50,70%
2	16	7	14	37	49,30%
	26	32	15	73	100%

1	10	25	1	36	50,70%
2	16	7	14	37	49,30%
	26	32	15	73	100%

Fuente: Elaboración propia.

El siguiente paso fue tabular las relaciones existentes entre estos 73 actores diferentes mediante una matriz binaria no ponderada, donde sólo se indica la existencia de relación entre los actores sin establecer el valor de la misma asimétrica y con los vínculos no orientados, visualizándose dicha matriz mediante un sociograma obtenido con el programa NetDraw (fig. 1).

Figura 1. Red de relaciones entre los actores involucrados con el turismo industrial en Cataluña



Fuente: Elaboración propia con Ucinet 6 y Netdraw.

Seguidamente, con el programa Ucinet 6 (Borgatti et al, 2002) se analizaron las relaciones sociales (ARS) existentes entre los distintos actores en ambos casos (Cuadro 3), con especial énfasis en las medidas de cohesión, es decir, la presencia de lazos a través de la centralidad (Quiroga, 2003; Sanz, 2003; Grosetti, 2009), frente a la posibilidad de buscar las posiciones (la llamada "equivalencia estructural"), ya que los resultados obtenidos son similares con ambas aproximaciones (Molina, 2001).

Cuadro 3. Resultado del análisis de las relaciones sociales (ARS)

	Resultados del ARS
Nº de nodos	73
Nº de conexiones	245
Densidad de la red	4,66 %
Desviación estándar	21,08 %
Distancia media	2,486
Índice de Freeman (grado)	55,826 % ("outdegree") 55,826 % ("indegree")

Índice de intermediación	59,66 %
Grado de las relaciones	bilateral
Articulación	de confianza

Fuente: Elaboración propia con Ucinet 6.

Uno de los parámetros analizados fue la densidad, que mide la proporción de relaciones existentes sobre el total de relaciones posibles, lo que da una indicación sobre la intensidad de las relaciones en el conjunto de la red (Barabási, 2002) y que, en nuestro caso, es del 4,66% (con una desviación estándar del 21,08%).

Otro parámetro calculado fue la distancia media; que es un índice de cohesión que indica el esfuerzo necesario para que un actor alcance a otro. En este caso, la distancia media más corta que hay de un actor a otro fue de 2,486.

También se analizó la centralidad de la red, que estudia los actores más centrales. El índice de centralidad de Freeman obtenido fue del 55,826%, siendo la red XATIC, el StMNACTEC, el MNACTEC, el Departamento de Cultura de la Generalitat de Cataluña y la Oficina de Turismo de Berga, los actores de mayor referencia de la red a nivel local (el número de lazos que llegan a un nodo o "indegree"); mientras que los cuatro primeros, además, también son los actores con más relaciones directas iniciadas por ellos mismos (el número de lazos que salen de un nodo o "outdegree"), es decir los actores de mayor actividad social.

En cuanto a la cercanía, parámetro que mide la distancia media de cada actor con respecto al resto de actores de la red los que tienen mayor acceso al resto son la red XATIC, el StMNACTEC, el MNACTEC, el Departamento de Cultura de la Generalitat de Cataluña, la Colonia Vidal, el Museo del Corcho de Palafrugell, las Minas de Cercs, el Parque de la Montaña de Sal de Cardona, la Eco-Farinera de Castelló d'Empúries, el Molino Papelero de Capellades y el Museo del Cemento Asland de Castellar de n'Hug.

Finalmente, se analizó el índice de intermediación, que indica en que medida está cada actor en una posición intermedia en las comunicaciones más cortas entre el resto de actores, de modo que los actores con mayor intermediación tienen mayor poder porque controlan los flujos de comunicaciones óptimos. En este caso el índice de intermediación es del 59,66% y los actores con mayor intermediación son los que se presentan en la tabla siguiente (Cuadro 4).

Cuadro 4. Principales actores con mayor grado de intermediación en la red.

	1	2
	Betweenness	nBetweenness
XATIC	3087,973	60,406
Sistema Territorial MNACTEC	542,287	10,608
Museu del Suro Palafrugell	276,723	5,413
Diputació de Barcelona	276,230	5,404
Colonia Vidal	201,314	3,938
MNACTEC	177,480	3,472
Molí Paperer Capellades	168,394	3,294
Museu de la Tècnica de Manresa	148,612	2,907
Parc de la Muntanya de Sal de Cardona	101,103	1,978
Mines de Cercs	98,996	1,937
La Farga Palau de Ripoll	89,509	1,751

Fuente: elaboración propia con Ucinet 6.

Como se puede apreciar en los resultados del ARS y en el sociograma (figura 1), la red XATIC y, en menor medida, el StMNACTEC, son los dos actores que, por su posición central en la red y su poder de intermediación, actúan como elementos dinamizadores del turismo industrial en Cataluña.

5. conclusiones

En este trabajo se han analizado las características de las relaciones que se establecen entre los actores públicos y privados que intervienen en el desarrollo del turismo industrial en Cataluña, de manera que el análisis de las relaciones existentes entre los principales actores involucrados con el turismo industrial permite delimitar más exhaustivamente las dinámicas de circulación de flujos de información y cooperación relacionados con este tipo de turismo, hoy por hoy minoritario.

Al confirmarse las dos hipótesis previamente planteadas, en este trabajo se ha demostrado la existencia de una relación directa entre el grado de desarrollo turístico de un territorio, la dinámica relacional asociativa que se produce entre los agentes implicados en el mismo y el conocimiento sobre los actores que intervienen en el desarrollo de este turismo en el territorio y sus relaciones, que, tal como indican Lin (2001), Requena (2003), Dredge (2006) y Merinero y Pulido (2009), son fundamentales para la óptima gestión de los destinos en el contexto actual, caracterizados, entre otras cosas, por la desintermediación y los nuevos hábitos de la demanda turística, con una mayor experiencia y más deseos de personalización de la oferta. En este nuevo marco, cobran especial importancia las ofertas de turismo industrial, ya que, a partir de un patrimonio industrial inicial, se conjuga la rehabilitación y recuperación de los antiguos edificios e instalaciones industriales y se revaloriza turísticamente el municipio y sus alrededores, ayudando a la dinamización de la economía local.

En consecuencia, disponer de una dinámica relacional lo más intensa posible, con relaciones que se mantengan estabilizadas a lo largo del tiempo y, a poder ser, que estén articuladas formalmente, es de gran importancia en la gestión activa de cualquier destino de turismo industrial, tanto más si se trata de un turismo que se encuentra todavía en las fases emergentes de su

actividad, ya que, en estos casos, la intensidad de la dinámica relacional contribuye a alcanzar un mayor nivel de consenso entre todos los agentes, lo que favorece una mayor agilidad en la toma de decisiones y una mayor involucración de los agentes implicados, redundando en el desarrollo turístico y económico del propio territorio, teniendo en cuenta que, antes de actuar en un determinado destino turístico, se debe conocer lo mejor posible la oferta y la demanda existentes.

También se constata que, tal como indican Barozet (2002) y Van Loon (2006), las interacciones entre las administraciones públicas y los actores privados (organizaciones del sector y agentes sociales con incidencia en este turismo en el destino) son un factor clave a tener en cuenta en la valoración de la capacidad de acción de cualquier territorio en el ámbito turístico, mejorando con ellos su adaptación a las nuevas exigencias del contexto actual.

Así, al analizarse las características de las relaciones sociales que se establecen entre los actores que intervienen en el desarrollo del turismo industrial en Cataluña, se ha podido resaltar el papel que juegan las asociaciones como la red XATIC y el Sistema Territorial del MNACTEC, cuyas estrategias de colaboración para el desarrollo de acciones turísticas conjuntas entre varios establecimientos de turismo industrial permite afrontar el reto del creciente grado de competitividad entre los diferentes destinos turísticos.

Por ello, es importante que el territorio disponga de una dinámica relacional asociativa intensa, con relaciones que se mantengan a lo largo del tiempo y que estén articuladas formalmente, de manera que en el caso de un turismo emergente, como puede ser el turismo industrial, la intensidad de dicha dinámica relacional contribuya a alcanzar el máximo nivel de consenso, lo que favorece que la toma de decisiones para la gestión del destino sea más ágil y que los agentes implicados se involucren más en el proceso de decisión en la medida en que se consideren parte activa del mismo.

Finalmente, se ha puesto de manifiesto una clara diferencia entre los actores que ejercen el liderazgo de la red social (los denominados "*anchor points*") y el resto, cuyo grado de intermediación es más bajo, adquiriendo especial importancia los agentes públicos, especialmente los Ayuntamientos y las Diputaciones provinciales.

6. bibliografía

Ávila, R. y Barrado, D.A. (2005): "Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión". *Cuadernos de Turismo*, 15: 27-43.

Barabási, A.L. (2002): *Linked. The New Science of Networks*. Cambridge, MA: Perseus Publishing.

Barozet, E. (2002): "La Teoría de Redes y sus Aplicaciones en Ciencia Política: Una herramienta

heurística", *Revista de Ciencia Política*, 22 (1): 17-38.

Borgatti, S.P. (2002): *NetDraw: Graph Visualization Software*. Harvard: Analytic Technologies.

Borgatti, S.P.; Everett, M.G. y Freeman, L.C. (2002): *Ucinet 6 for Windows. Software for Social Network Analysis*. Harvard: Analytic Technologies.

Díaz, A.; Barruti, M. y Docel, C. (1992): *Les línies de l'èxit? Naturalesa i extensió del consum de cocaïna a Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

Dredge, D. (2006): "Policy networks and the local organization of tourism". *Tourism Management*, 27 (2): 269-280.

Erickson, B.H.; Nosanchuck, T.A. y Lee, E. (1981): "Network Sampling in Practice: Some Second Steps". *Social Networks*, 2 (3): 127-136.

Erickson, B.H. y Nosanchuck, T.A. (1983): "Applied Network Sampling". *Social Networks*, 5: 367-382.

Frank, O. y Snijders, T. (1994): "Estimating the Size of Hidden Populations Using Snowball Sampling". *Journal of Official Statistics*, 10 (1): 53-67.

Granovetter, M. (1976): "Network sampling: some first steps". *American Journal of Sociology*, 83: 727-729.

Grosetti, M. (2009): "¿Qué es una relación social?. Un conjunto de mediaciones diádicas". *Redes*, 6 (2).

Hanneman, R.A. (2000): *Introducción a los métodos del análisis de redes sociales*. Riverside: Universidad de California.

Hernández, F. (2002): *El Patrimonio cultural: la memoria recuperada*. Gijón: Trea.

Lin, N. (2001): *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge: Cambridge University Press.

Merinero, R. y 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.

Molina, J.L. (2001): *El Análisis de Redes Sociales: una Introducción*. Barcelona: Edicions Bellaterra.

Molina, J.L. (2004): "La ciencia de las redes". *Apuntes de Ciencia y Tecnología*, 11: 36-42.

Negri, M. (2007): "Territori e paesaggi dell'industria. Sistema e reti di musei dell'industria". En: BIEL, P. (coord.). *Patrimonio Industrial y la Obra Pública*, Actas Jornadas, Zaragoza: Gobierno de Aragón, Consejería de Educación, Cultura y Deporte, 106-118.

Oliver, X. y Alloza, A. (2009): *Atrapados por el consumo*. Barcelona: Vertical.

Pardo, C.J. (2008): *Turismo y patrimonio industrial*. Madrid: Síntesis.

Prats, C. (2007): "El model nacional de Catalunya: la gestió en xarxa d'un sistema territorial". *Boletín APGCC*, 51.

Priestley, G. y Llurdés, J.C. (2007): *Reflexión final. Estrategia y gestión del municipio*, Bellaterra: UAB. Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera, 199-202.

- Quiroga, A. (2003): *Introducción al análisis de datos reticulares*. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra.
- Requena, F. (1989): "El concepto de red social". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 48: 137-152.
- Requena, F. (2003): *Análisis de redes sociales. Orígenes, teorías y aplicaciones*. Col. Monografías (198). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas/Siglo XXI.
- Sanz, L. (2003): "Análisis de Redes Sociales: o como representar las estructuras sociales subyacentes". *Apuntes de Ciencia y Tecnología*, 7, 21-29.
- Teo, P. y Lim Hiong Li (2003): "Global and local interactions in tourism". *Annals of Tourism Research*, 30 (2): 287-306.
- Terés, M. (2008): "El patrimoni industrial: conservació i musealització. El cas català." Trabajo de investigación del Master en Gestión del Patrimonio Cultural. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Van Loon, J. (2006): "Network". *Theory, Culture & Society*, 23 (2-3): 307-322.

Fecha de recepción del original: noviembre 2011
Fecha versión final: mayo 2012
