

El estudio del capital social a través del análisis de redes sociales para una gestión participada del turismo: una propuesta de red de gobernanza para Tierra Bobal (Valencia)

The study of social capital through the social network analysis for a participatory tourism management: a governance network proposal for Tierra Bobal (Valencia)

Ruben Arnandis-i-Agramunt

ruben.arnandis@uv.es  0000-0002-8928-530X

J. Javier Serrano-Lara

j.javier.serrano@uv.es  0000-0003-0349-4176

*Departamento de Geografía, Facultat de Geografia i Història, Universitat de València.
Avenida de Blasco Ibáñez, 28. 46010 Valencia, España.*

INFO ARTÍCULO

Recibido: 10/09/2024
Revisado: 29/12/2024
Aceptado: 11/02/2025

PALABRAS CLAVE

Actores clave
Toma de decisiones
Gestión Pública del Turismo
índice E-I

KEYWORDS

Stakeholders
Decision-making
Public Management of Tourism
E-I Index

RESUMEN

En el marco de la gobernanza el sistema de relaciones a consolidar se vislumbra mucho más complejo que en el gobierno tradicional. Como instrumento disruptivo, innovador y promotor del territorio, la gobernanza precisa de la participación e involucración activa y permanente de todo agente, lo cual conlleva necesariamente la colaboración y el compromiso. Sin embargo, construir ese espacio de toma de decisiones (la verdadera finalidad de la gobernanza) supone una articulación precisa de las personas intervinientes, por lo que su elección debe estar fundamentada en aspectos como la confianza, la legitimidad, el prestigio o el liderazgo. Evaluar el stock de capital social se presenta como la mejor estrategia hacia la cimentación de un ente permanente de decisión con un alto desempeño. Tras la identificación inicial de ciento cincuenta personas, se han llevado a cabo veintiséis entrevistas en profundidad en Tierra Bobal para la caracterización de la red de relaciones. Los resultados muestran falta de cercanía y de intermediación generalizada, lo que implica una excesiva concentración del poder, así como del prestigio, la confianza, la centralidad de flujo, etc. en un número muy reducido de actores, lo que dificulta la cohesión de la red y su sostenibilidad en el espacio y el tiempo.

ABSTRACT

In the framework of governance, the consolidation of the system of relationships is much more complex than in traditional government. As a disruptive, innovative and territorially promoting instrument, governance requires the active and permanent participation and involvement of all stakeholders, which necessarily entails collaboration and commitment. However, building this decision-making space (the main purpose of governance) requires a precise articulation of the people involved, and their choice must therefore be based on aspects such as trust, legitimacy, prestige and leadership. Assessing the stock of social capital appears to be the best strategy for building a permanent, high-performance decision-making body. After the initial identification of one hundred and fifty people, twenty-six in-depth interviews were carried out in Tierra Bobal to characterise the network of relationships. The results show a generalised lack of closeness and intermediation, which implies an excessive concentration of power, prestige, trust, flow centrality, etc. in a very small number of actors, which hinders the cohesion of the network and its sustainability in space and time.



1. INTRODUCCIÓN

En la gestión de la actividad turística la gobernanza permite conjugar un sistema de relaciones mucho más complejo y amplio que el tradicional gobierno del territorio. Como instrumento disruptivo, innovador y promotor del destino, la gobernanza precisa de la involucración activa y, siempre que sea posible, permanente de todos los agentes del territorio, lo cual conlleva necesariamente a la colaboración y el compromiso. Y es que la gobernanza, en sí misma, persigue un gobierno orientado hacia redes decisionales capaces de consensuar problemas, negociar prioridades y establecer estrategias comunes (Ledesma, 2023).

La gobernanza, entendida como *la vertiente social del principio de sostenibilidad* (Farinós, 2008, p. 14), encuentra en la participación uno de los pilares hacia su consecución. Sin embargo, no todos los procesos participativos se focalizan hacia la toma de decisiones. Como ya indicaba Arnstein (1968) en su escalera de la participación, la información, la consulta y la asesoría son estrategias de participación como mecanismos de apertura, aunque su finalidad sea meramente de fachada (Hernández *et al.*, 2018)

En la Mancomunidad del Interior Tierra del Vino (en adelante MITV), existe una conciencia colectiva hacia el fomento de dinámicas participativas, que tuvieron su expresión durante el Plan de Dinamización y Gobernanza Turística 2019-2021. El propósito no era otro que la dinamización social y económica de la comarca a través de la sensibilización e implicación de todos los agentes del turismo (públicos, privados y civiles) hacia la cocreación de un destino capaz de consolidar una oferta turística competitiva y equilibrada en el territorio.

Sin embargo, este tipo de procesos de participación eran puntales en el tiempo, informales en la mayoría de los casos y, aunque permitían un intercambio de conocimiento (Valeri & Baggio, 2021) y del trabajo colaborativo (Putnam, 1994), aspectos básicos para movilizar el capital social (CS en adelante), imposibilitaban consolidar en el territorio una red estable. Ante esta situación, la MITV se plantea la creación de un espacio de participación sólido, permanente, con capacidad de decisión o de, al menos, influir sobre ella, consciente del valor que aportará a la gestión del destino: identificación de actores clave, fortalecimiento de vínculos entre actores, generación de políticas que fomenten la equidad en la participación, movilización del capital social y generación de mayor innovación y cooperación, reforzamiento de las relaciones de confianza en la red y prevención de conflictos, entre otros.

Bajo ese escenario, esta investigación centra su objetivo en evaluar el stock de CS presente en Tierra Bobal (marca turística de la MITV) para la construcción de una red de gobernanza que mejore los procesos de desarrollo turístico. Para ello, se propone un doble análisis, por un lado, a través de la metodología de Análisis de Redes Sociales (ARS), basado en los datos primarios recogidos a *stakeholders* en el área de estudio a través de entrevistas personales. De este modo, se introduce un análisis desde el punto de vista de la articulación social y el stock de CS. Por otro lado, el análisis del índice E-I, el cual permite desagregar el CS interno y externo a partir del estudio de subestructuras presentes en las redes de actores y, por ende, en el territorio.

La principal contribución se enmarca en el estudio de los procesos de coordinación y colaboración entre los agentes de un destino para la construcción de redes de gobernanza. Los resultados evidencian que fortalecer la resiliencia y eficiencia de estas redes requiere identificar a los actores clave con mayor conectividad, ya que estos facilitan el fortalecimiento de los vínculos. Al mismo tiempo, es fundamental analizar la existencia de cuellos de botella generados por la concentración excesiva de poder en ciertos actores que imposibilitan una gestión equitativa. Además, se destaca la importancia de la confianza, el prestigio y el liderazgo en la articulación de procesos de transformación que impulsen la regeneración territorial.

La sección 2 de este trabajo se ha dedicado a las principales aportaciones teóricas que explican el papel y la relación entre las redes de gobernanza, el turismo y el CS; así como una contextualización turística de la zona de estudio. Le sigue la sección 3, que presenta la muestra, recogida de información y la metodología utilizada. La sección 4 está dedicada a la presentación y discusión de los resultados obtenidos. Finalmente, la sección 5 contiene la conclusión, donde se presenta la principal contribución de la investigación, así como futuras líneas de investigación para seguir profundizando en el conocimiento del CS, las redes de gobernanza y los procesos de desarrollo turístico.



2. MARCO TEÓRICO

2.1. La conexión entre lo público y lo privado gestión participada de los destinos turísticos

2.1.1. La colaboración público-privada desde el enfoque de redes

Uno de los primeros antecedentes que establece la relación público-privada entre agentes aparece citada en el derecho comunitario en materia de contratación pública y concesiones (CCE, 2004). Aunque la fuente no concede una definición clara, de manera genérica se identifica con las diferentes formas de cooperación entre entidades públicas y empresas privadas, cuando el objetivo se encuadra en los ámbitos de la financiación, construcción, renovación, gestión o mantenimiento de una infraestructura o la prestación de un servicio.

Las razones que hacen de la colaboración público-privada una relación necesaria la han convertido en una parte fundamental de la vida diaria de los órganos públicos y privados decisores sobre la gestión pública. La necesidad de financiación, por ejemplo, por parte de las entidades públicas supone la inclusión del operador económico en las fases del proceso de toma de decisiones en el ámbito de la gestión pública, haciendo que de esta manera las entidades se centren en el cumplimiento de los objetivos de interés público.

Otro factor fundamental es la decadencia de la imagen de las instituciones públicas debido a problemas como la corrupción, haciendo necesaria la participación ciudadana en la toma de decisiones de la gestión pública que haga posible retomar la confianza (Gimeno, 2021), pues, es esta el elemento central capaz de estimular la colaboración y el compromiso entre actores (Beritelli, 2011), y que permite el desarrollo de redes, entendidas estas como un acuerdo de cooperación y colaboración entre organizaciones (Hall, 2011), caracterizadas por su relación geográfica y/o temática (Presenza & Cipollina, 2010)

La colaboración pública-privada en el ámbito turístico encuentra su justificación en motivos diversos (FEMP, 2008), entre los que destacan la necesidad de alinear el conjunto de objetivos e intereses de todos los ámbitos relacionados con la actividad turística; la necesaria conexión entre elementos de producción privados y públicos para la construcción de productos turísticos; la diversidad de entidades públicas intervinientes durante el proceso de gestión de la cadena de valor turística; y el construir una visión, una misión y una estrategia participada sobre la imagen coherente del destino.

Quedan de lado aquellas concepciones tradicionalistas como la perspectiva neoclásica, que defendía la construcción de relaciones basadas en la jerarquía y el poder, o el enfoque neoliberal de *laissez-faire*, donde la gestión se basaba en la competición y la interferencia mínima de lo público, para que una nueva perspectiva hacia la gestión de los destinos adquiriera forma a finales del siglo XX, basada en la construcción de redes entre actores en beneficio mutuo (Van der Zee & Vanneste, 2015).

La necesidad de una toma de decisiones más participada sobre la gestión del turismo (por la diversidad de actores implicados e intereses que se persiguen), el mayor aprendizaje interorganizacional y el intercambio de conocimientos que permite la adquisición de CS, la ayuda a comprender el ecosistema de las relaciones entre las partes, y asumir que la naturaleza cada vez más compleja del turismo exige un sistema de gestión capaz de responder al cambio (OMT, 2004), parecen ser, desde una base teórica, razones por la que este enfoque de redes ha ganado popularidad en los estudios sobre turismo.

Y es que, si algo caracteriza al turismo, y que en años recientes ha calado profundamente en su mejor comprensión, es el hecho de admitir que este no puede planificarse ni gestionarse solo desde lo público ni desde lo privado, como si ambos fueran elementos inconexos, antagónicos o dispares. La multidimensionalidad socioeconómica, cultural y territorial que supone desarrollar el turismo justifica esta necesidad que, dicho sea de paso, es diferente en función de las características particulares de cada destino, por lo que se requiere más que nunca de modelos de gestión turística basados en los principios de la gobernanza (López & López, 2004), si bien debe admitirse que no existe un modelo de desarrollo turístico ideal (Díaz & Zielinsky, 2022)



2.1.2. La gobernanza en el entramado sistémico de la actividad turística

Cuando en 2001 la Comisión Europea sienta las bases para el desarrollo de la nueva gobernanza, una de las razones principales por las que se planteó esta reforma fue, en gran medida, por el descenso de la participación de la ciudadanía en las políticas europeas (Comisión Europea, 2001). Esta conducción de los territorios hacia una gestión más colaborativa permite identificar de manera conjunta las barreras y las fortalezas que poseen para alcanzar una meta común.

Sin embargo, también la democratización de los procesos de gobierno, la oleada de descentralizaciones, la terciarización de los servicios públicos y el ascenso de nuevos grupos de presión desde la sociedad civil, hacen que el concepto de gobernanza sufra un giro desde posturas más eficientes a otras más participativas (Haro, 2014), si bien no parece existir todavía una definición consensuada (Reina-Usuga *et al.*, 2024). Con todo, la gobernanza se define por las formas de relacionarse los actores participantes en una determinada acción de gobierno.

Y puesto que en el turismo intervienen agentes muy dispares (tanto horizontal como verticalmente, tanto públicos como privados, tanto dentro como fuera del destino), con intereses que se entrelazan (incluso se contraponen), hace necesario contar un modelo de gestión que responda y mejore la interacción entre los *stakeholders* (Pulido-Fernández & Pulido-Fernández, 2014).

Sirva como ejemplo las bases en las que se asientan los actuales modelos de Destino Turístico Inteligente (modelo Segittur, modelo Invat-tur, ISO 178501) para observar la consideración que toma la gobernanza: de gestionar los bienes públicos con legitimidad (gobernabilidad) a gobernar con la máxima participación de actores estratégicos para generar confianza y coherencia que permitan aunar voces, sumar recursos y planificar de forma consensuada con un horizonte a largo plazo (Segittur, 2016).

Y es que debe admitirse que los destinos turísticos son sistemas adaptativos, complejos, formados por organizaciones sobre las que los gestores de destino tienen un poder limitado para su colaboración y coordinación, haciendo de esta una tarea difícil (Beritelli *et al.*, 2015). Es en estas situaciones donde la ventaja competitiva reside en la capacidad del destino para construir redes basadas en la confianza y la reciprocidad (van der Zee & Vanneste, 2015).

113

2.1.3. Las redes de gobernanza en la actividad turística

Klijn & Koppenjan (2016) sitúan los antecedentes de las redes de gobernanza en tres tradiciones investigadoras: (1) las redes de políticas públicas (quiénes participan en la formulación de las políticas y qué poder ostentan); (2) la teoría interorganizacional (en la que las redes son identificadas como vehículos en la prestación de servicios); y (3) la gobernanza colaborativa y las relaciones intergubernamentales (cómo evolucionan los problemas políticos en un contexto institucional fragmentado).

Y es que las redes de gobernanza surgen como respuesta al aumento de la complejidad de las políticas públicas y como consecuencia de las deficiencias de los modelos de gestión pública tradicionales (Ledesma, 2021). Si bien es cierto que la interacción entre actores no es un fenómeno nuevo, este concepto de red de gobernanza permite una manera distinta de conceptualizar la interacción entre las partes interesadas relevantes y afectadas por las decisiones públicas (Sorensen & Torfing, 2007).

Entendida como un conjunto de partes interdependientes, públicas y privadas, pero operativamente autónomas, la red de gobernanza tiene por lo general un interés en torno a una política pública, interactuando para tomar decisiones en el marco de las relaciones no jerárquicas, generalmente estables, con el objetivo de resolver problemas complejos (Ledesma, 2021). Beaumont & Dredge (2010), en su estudio comparativo sobre redes de gobernanza turística local, identifican tres tipologías (tabla 1), basadas en los estudios previos de Provan & Kenis (2007), y aunque desde una perspectiva teórica la red de gobernanza requiere de altos niveles de autoorganización y pocas diferencias jerárquicas entre las partes (Ledesma, 2023), algún tipo de institución o estructura que ejerza de líder, autoridad o control parece aconsejable.

**Tabla 1.** Tipologías de redes de gobernanza.

Tipo de red	Características de la red	Beneficios de la red
<i>Lead organization-governed network (LOG)</i>	Actor líder que hace de coordinador central, facilita y posibilita la colaboración, gestión centralizada, toma de decisiones de arriba hacia abajo.	Los miembros de la red pueden acceder a contactos externos que permiten incidir en decisiones y formulación de políticas.
<i>Participant-governed network (PNG)</i>	Actores con relaciones informales y horizontales, que dependen del CSI y humano existente entre los miembros, gestión descentralizada, de abajo hacia arriba.	Flujos de información, compartición de conocimiento y mejora del aprendizaje, representación de la red ante otros actores externos.
<i>Network administrative organization (NAO)</i>	Actor intermediario que no depende de un líder público ni del resto de participantes.	Se trabaja con una representación de actores de la red, pero las decisiones se toman por toda la NAO. Es un formato más independiente, pero al mismo tiempo requiere ganarse la legitimidad por la falta de contacto entre los actores

Fuente: elaboración propia a partir de Provan & Kenis (2007) y Beaumont & Dredge, (2010).

2.2. Capital social, redes sociales y turismo en los procesos de desarrollo

2.2.1. Del capital social a las relaciones sociales: una aproximación y vínculo con el turismo

114

La presencia y utilización del concepto de CS ha sido creciente desde su formulación para explicar y entender procesos de distinta índole (educativos, sanitarios, políticos, urbanos, etc.), tanto en el espacio como en el tiempo (Woolcock & Narayam, 2000; Fukuyama, 2001; Lozares & Sala, 2010; Lubbers *et al.*, 2010; Podda, 2016).

El CS es capital porque es acumulativo y es social porque describe comportamientos y principios éticos de la sociedad (Ray, 2009). Es, por lo tanto, un bien productivo, producido y duradero, es decir, genera resultados positivos o negativos, se ha de invertir en él tiempo y esfuerzo y crece a medida que más se use y se produzca. No obstante, el CS no es tangible, pero permite acceder a unos recursos que, sin él, el esfuerzo para lograrlos sería mayor (Bourdieu, 1986). El estudio del CS puede analizarse desde una concepción estructuralista (el estudio de las relaciones o redes sociales) (Saz & Gómez, 2015) o culturalista (vinculado a la confianza social, normas, sanciones o valores) (López-Roldán & Alcaide, 2011).

Las relaciones sociales han sido y son el elemento más relevante y analizado para el estudio del CS (Serrano & Esparcia, 2023) y las redes de gobernanza (Gava *et al.*, 2025). Por ese motivo existe un reconocimiento científico en vincular el CS a la participación en las redes sociales (Bourdieu, 1986; Coleman, 1990; Woolcock, 2000; Lin 2001). De ahí, que sea fundamental entender y analizar las estructuras relacionales para poder medir el CS (Teilman, 2012; Esparcia *et al.*, 2016).

Los primeros acercamientos entre el CS y el turismo son muy recientes y poco a poco han comenzado a suscitar mayor interés (Gava *et al.*, 2025; Merinero & Pulido, 2016; Pulido & Merinero, 2018; Merinero & Ledesma, 2022; Ramírez *et al.*, 2019; Serrano *et al.*, 2020; Valeri & Baggio, 2021; entre otros). Los aspectos en los que se centra esa relación son principalmente tres: la contribución del CS al desarrollo turístico, la aportación del turismo al CS y el papel del CS en la mitigación de los impactos turísticos (Cacciutto, 2018; Park *et al.*, 2015).



2.2.2. El papel del capital social en los procesos de desarrollo

El CS puede contribuir positiva o negativamente, ya que puede utilizarse tanto para el beneficio común o de la sociedad como para el beneficio propio o el desarrollo de redes clientelares (Esparcia *et al.*, 2015). Puesto que las relaciones no se crean de forma equilibrada en la red social (Moghfeli *et al.*, 2022), la búsqueda de un liderazgo efectivo en los territorios es fundamental para la mejora de la gestión de problemas. Aunque lograr un liderazgo es complicado (Preston & Barnes, 2017; Moghfeli *et al.*, 2022), en el estudio de las redes sociales es necesario profundizar en tres conceptos: liderazgo, prestigio y confianza.

Mientras que por liderazgo se entiende aquella persona que tiene capacidad de influencia, carisma, motivación e inspiración (Naderi *et al.*, 2019), el prestigio se relaciona con la seriedad, experiencia, recursos, posición, siendo la confianza una apuesta sobre las acciones futuras de los otros (Coleman, 1982) o una actitud o juicio moral, la cual surge y se deriva de las interacciones sociales (Buciega, 2009).

Para entender la relación entre los conceptos de CS y desarrollo territorial deben rescatarse los niveles micro y macro (Woolcock, 1998; Esparcia *et al.*, 2016). Dentro del CS destacan la cohesión interna (CS *Bonding*) y externa (CS *Bridging* y CS *Linking*). El CS *Bonding* se vincula con la cohesión social y relaciones internas. El CS *Bridging* se vincula con las relaciones externas con otros territorios y otros actores (Lozares *et al.*, 2011; Lozares & Verd, 2011), mientras que en el CS *Linking* las relaciones externas se establecen a partir de vínculos jerárquicos con administraciones.

De ahí que exista una relación directa entre la evolución y éxito de los procesos de desarrollo y el mayor stock de CS interno y externo, debiendo existir un equilibrio entre ambos capitales sociales. Este equilibrio entre altos niveles de CS *bonding* y *bridging/linking* garantizan tener comunidades y procesos de desarrollo articulados e integrados, lo que asegura una sostenibilidad y consolidación de los procesos. Por esta razón, es importante estudiar y analizar el stock que actualmente tienen las áreas que llevan a cabo procesos de desarrollo, ya sea rural, urbano, turístico, etc. para que de esta forma se pueda conocer si los procesos de desarrollo evolucionan de forma sostenible y/o favorable (figura 1).

115

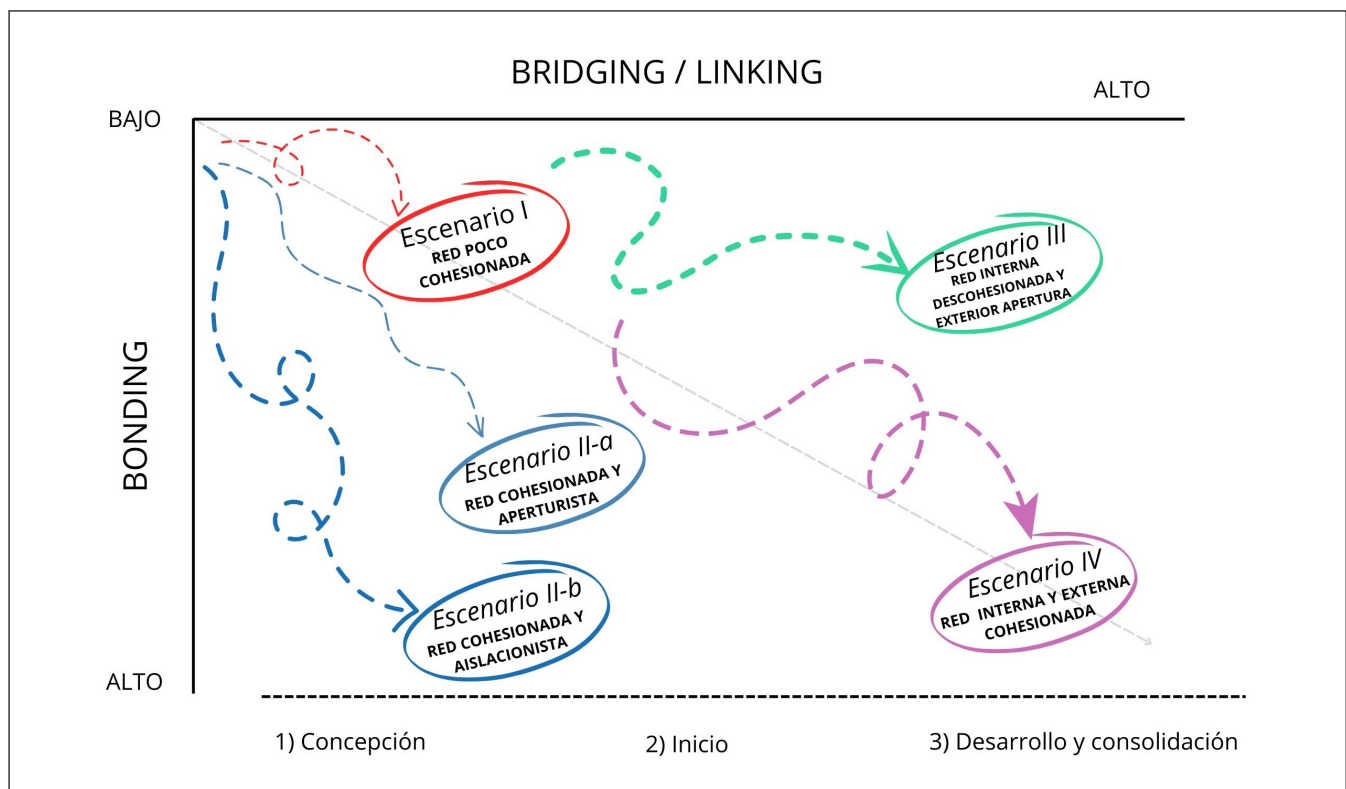


Figura 1. Evolución de los procesos de desarrollo en el territorio según los diferentes stocks de CS interno y externo. Fuente: elaboración propia a partir de Esparcia, *et al.*, 2016, pp. 61 y 64.



Las redes de actores embeben de la gobernanza por el interés en torno a los procesos de toma de decisiones colaborativas y el establecimiento de políticas públicas, asentando una nueva forma de interacción (más horizontal, más participativa, más democrática). Se busca en realidad la resolución de problemas comunes, coordinando acciones y creando soluciones conjuntas (Ledesma *et al.*, 2022), siendo el contexto de la disciplina turística un ámbito muy favorable a estas redes de gobernanza (Valeri & Baggio, 2021; Ledesma, 2023). Las redes de gobernanza turística y la colaboración entre actores turísticos suponen una acción necesaria de cara a la definición de las políticas turísticas y toma de decisiones (Merinero & Pulido, 2016; Merinero & Ledesma, 2022). Sin embargo, para el buen funcionamiento de las redes turísticas en la gobernanza es necesario tanto la comprensión del sistema como el análisis de las características estructurales de la red, en especial quiénes son las partes interesadas y cómo se conectan e interactúan (Del Chiappa & Presenza, 2013; Ledesma, 2023).

2.3. Contextualización turística del ámbito territorial de estudio

La Plana Utiel-Requena es la comarca más occidental y extensa de toda la Comunidad Valenciana, con una importante herencia cultural de Castilla la Mancha, con la que linda geográficamente. Se ubica en una pequeña meseta que integra los municipios de Camporrobles, Caudete de las Fuentes, Chera, Fuenterrobles, Requena, Sinarcas, Utiel, Venta del Moro y Villagordo del Cabriel (figura 2). Estos mismos municipios son los que conforman la mancomunidad del interior Tierra de Vino y, al mismo tiempo, la marca turística de Tierra Bobal¹.

El análisis de la situación actual del territorio refleja un modelo económico-social y un ecosistema de desarrollo basado en la explotación y comercialización de los productos derivados de la viticultura desde la segunda mitad del siglo XIX (Piqueras, 1986), si bien su presencia es patente desde la época ibérica (Martínez, 2016).

Hasta el momento Utiel-Requena y la Ruta del Vino han favorecido el crecimiento económico y la colaboración público-privada para poner en valor esta tradición y cultura de más de 2.500 años de historia. Esta actividad, además, ha propiciado el desarrollo de una industria agroalimentaria que ha cuajado dentro del entorno rural gracias a los buenos accesos y a una sociedad de tránsito comercial arraigada.

En la comarca están presentes diversas entidades y organismos que promueven la actividad en el territorio, pero a pesar de contar con esas diferentes entidades de gestión vinculadas al desarrollo territorial, destaca la ausencia hasta tiempos muy recientes de una planificación y estrategia conjunta, agregada y participativa, que aúne esfuerzos y recursos en favor de un desarrollo sostenible a largo plazo.

Es por ello evidente la urgente necesidad de crear espacios de encuentro participativo y colaborativo, que fomenten inercias y sinergias productivas, conjuntas y cohesionadas, para retroalimentar y acelerar el desarrollo sostenible de la comarca. El territorio tiene potencial, tanto en la industria del vino y el cava, como en el turismo de interior, sustentado en el medio ambiente y la naturaleza, la gastronomía, la cultura y el patrimonio.

Es a partir del año 2019 cuando se inicia una estrategia turística integral de sostenibilidad a largo plazo, que requiere de una gobernanza participativa y una toma de decisiones estratégicas. En ella se han implicado Ayuntamientos, Mancomunidad, Consejo Regulador de la D.O. Utiel-Requena, La Ruta del Vino, Asociaciones Empresariales, Asociaciones culturales y de patrimonio, jóvenes, mujeres, etc. lo que finalmente fructificó en el Plan de Dinamización y Gobernanza Turística 2019 – 2021.

1. Tierra Bobal es la marca del destino turístico que integra nueve municipios que destaca por la cultura del vino y un territorio marcado por espacios naturales protegidos.

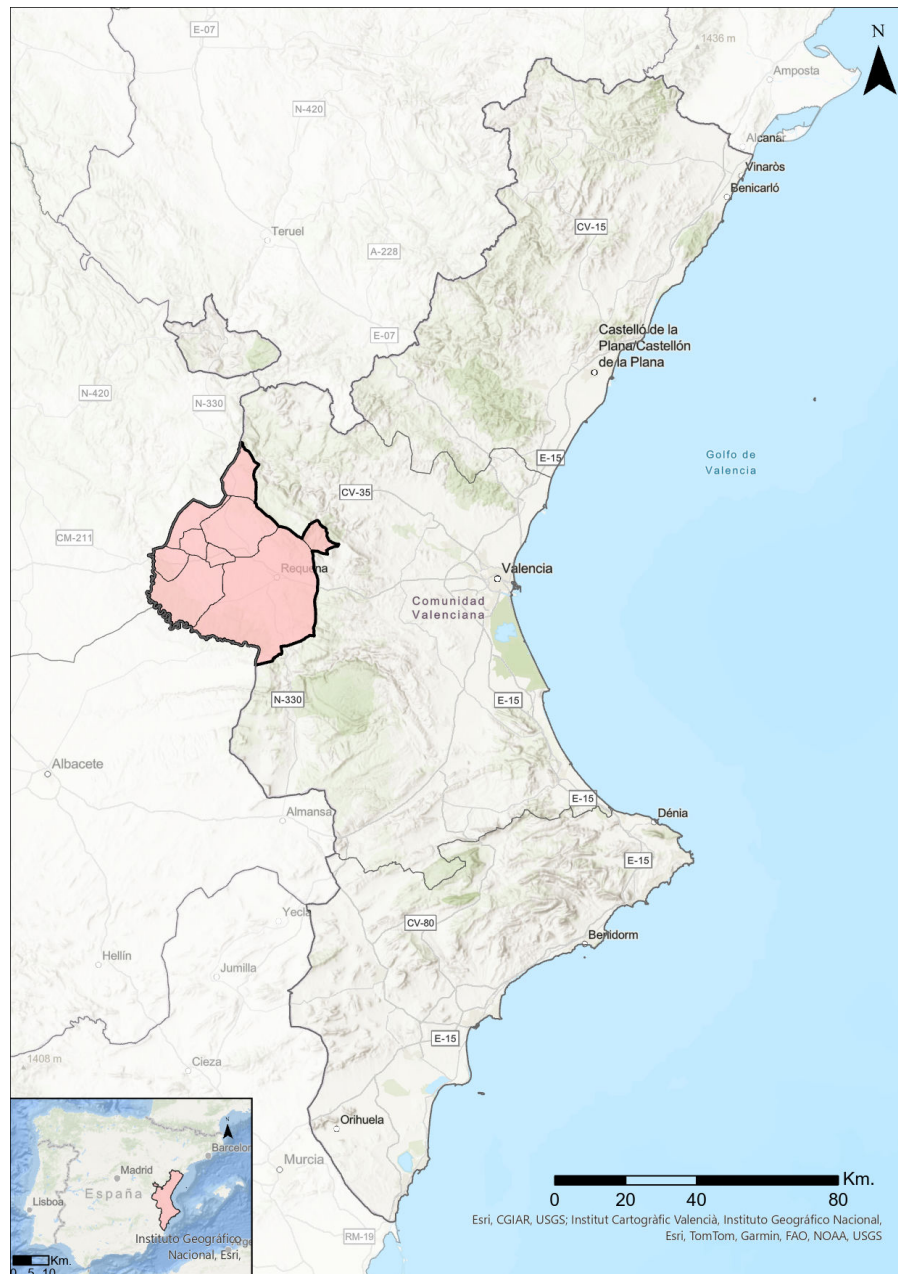


Figura 2. Mapa de localización de Tierra Bobal. Fuente: elaboración propia.

3. MÉTODOS

3.1. Muestra y datos

Para esta investigación se han seleccionado actores afines a los procesos de desarrollo turístico, independientemente de su cargo y su vínculo con las administraciones públicas. De esta población, la selección de la muestra se basó en un criterio de selección intencional de los “actores relevantes” (equivalente al término inglés *stakeholders*) (Moghfi *et al.*, 2022; Bodin & Crona, 2009; Cadger *et al.*, 2016; Ghorbani *et al.*, 2021), según los criterios establecidos por Serrano y Esparcia (2023).

Se realizaron reuniones con informantes públicos, privados y civiles considerados clave por su estrecha vinculación con los procesos de desarrollo turístico, generando una base de datos inicial de 150 personas. De ese listado se filtró la muestra, a partir de un conjunto de KPIs, distribuidos en dos bloques, relacionados con el perfil óptimo de las personas que deberían integrar el equipo de gobernanza. Los KPI (acrónimo de



key performance indicator, en español, indicador clave de rendimiento) son factores que se construyen y aplican en la evaluación de actividades, procesos y personas (Badawy *et al.*, 2016) Para esta investigación se ha determinado un primer bloque de siete KPIs², que sirvieron a los investigadores para filtrar el primer conjunto de 150 personas candidatas para formar parte del equipo de gobernanza. Tras este primer filtro quedaron solamente 45 personas relevantes, de las que 26 aceptaron realizar la entrevista posterior (anexo I), con una duración aproximada de 20 minutos y en la que tenían que valorar un segundo conjunto de once nuevos KPIs³. En uno de estos indicadores se les pidió que valoraran en una escala de 1 a 10 su “interés en participar”, puesto que se ha considerado este un KPI crítico por la importancia que tiene la motivación personal para la consecución de este órgano de participación. 9 de las 26 personas entrevistadas quedaron fuera de la red de EGOS⁴, no así de la de ALTERS⁵, por valorar por debajo de 8 ese interés en participar.

Finalmente, los 17 actores con un KPI crítico de participación superior a 8 realizaron la red social (Egored). Por motivos de privacidad y en cumplimiento de la Ley de Protección de Datos, no se puede revelar la identidad de los actores entrevistados, por lo que se ha trabajado con códigos identificadores. De este listado de 17 actores se seleccionarán un total de 9 para la creación del grupo de gobernanza turística, atendiendo al número de municipios que integran Tierra Bobal. Sin embargo, se dejaron dos personas más en reserva, por si alguno de los 9 actores seleccionados causaba baja.

3.2. Análisis de Redes Sociales (ARS) e Índice E-I

Para comprobar el stock de CS de las redes sociales de las partes interesadas, se ha aplicado el enfoque metodológico del Análisis de Redes Sociales (ARS), que se caracteriza por su alto potencial analítico para detectar las propiedades estructurales, la posición y el papel de los actores en las redes sociales. El ARS es un método formal utilizado para medir redes sociales a través de un conjunto de instrumentos y técnicas para estudiar los comportamientos sociales de los individuos a través de las relaciones específicas entre individuos, grupos, asociaciones, etc. (Molina, 2001; Carrington *et al.*, 2005; Sanz, 2014; Marqués & Muñoz, 2014).

Una de las dudas que surgen en el ARS es saber cómo se relacionan estos grupos entre sí. Este aspecto es básico en las estrategias de desarrollo territorial o turístico, ya que uno de los elementos básicos en éstas es la integración entre actividades y grupos, así como la articulación entre los actores de los diferentes territorios. En las redes sociales este tipo de relaciones suelen establecerse a partir de una serie de actores clave que, por diferentes motivos, tienen conexiones con actores de distintos colectivos. Ambos son actores privilegiados y estratégicos por y para el desarrollo. La investigación aquí presentada se divide en dos grandes apartados metodológicos, que no pueden entenderse por separado, sino de forma integrada e interrelacionada.

A partir de los datos se ha calculado un conjunto de indicadores ARS utilizando el software UCINET para determinar el estado de la red, así como la representación de los grafos (Wasserman & Galaskiewicz, 1994; Hanneman & Riddle, 2005; Wasserman & Faust, 2013). Los indicadores seleccionados se dividen en tres grupos (tabla 2). En primer lugar, los indicadores de las propiedades de la red donde se ha calculado la densidad. En segundo lugar, los indicadores de cohesión de la red, donde se ha calculado la distancia. En tercer lugar, los indicadores de centralidad, donde se ha calculado el grado de entrada⁶ (prestigio y confianza), la cercanía de entrada, la intermediación, la centralidad de los flujos y la reciprocidad.

2. Formación, situación laboral, relación con el territorio, conocimiento del territorio, actividad profesional, entorno profesional, conocimiento del turismo.

3. Red individual, confianza, consejero, opinión sobre la participación pública, aportar propuestas, interés en participar, compromiso, presencia física, frecuencia de las reuniones, canal de comunicación.

4. *Ego*: aquella persona encuestada o entrevistada de la cual se estudia y mide el CS a partir de su red de relaciones, también conocida como red social egocéntrica, red egocéntrica o egored (Requena, 1996; Borgatti *et al.*, 1998).

5. *Alter*: aquella persona nombrada por el ego y, en definitiva, que tiene relación con ella (Borgatti *et al.*, 1998). Cuando en la red se representa tanto la red de egos como la de alters es conocida como sociored.

6. El grado de entrada (*Degree In*) hace referencia a la entrada de relaciones entre actores. Es un indicador que se puede usar tanto para medir prestigio como confianza de los actores clave, pero la diferencia reside en la pregunta realizada al encuestado/a. Para medir la confianza entre los actores se realizaba una pregunta fundamental, a quién de los actores que usted ha destacado como prestigio-



Tabla 2. Indicadores de ARS, definición e intervalos de valores para su medición.

Tipología	Indicadores		Medición	Valores		
				Bajos	Medios	Altos
Propiedad de la red	Densidad		%	< 7	7 - 18	> 18
Cohesión	Distancia		Nº ejes	< 2	2 - 3	> 3
Centralidad	Grado de Centralidad (Prestigio)	Grado de entrada	%	< 28	28 - 61	> 61
		Grado de salida	%	< 12	12 - 24	> 24
	Cercanía	Cercanía de entrada	Nº ejes	< 14	14 - 37	> 37
		Cercanía de salida	Nº ejes	< 7 %	7 - 19	> 19
	Intermediación		%	< 12	12 - 20	> 20
	Centralidad de flujo		%	< 7	7 - 13	> 13
	Distancia geodésica		%	< 31	31 - 47	> 47
	Reciprocidad		%	< 20	20 - 26	> 26
	Grado de Centralidad (Confianza)	Grado de entrada	%	< 16	16 - 50	> 50

Fuente: elaboración propia a partir de Serrano & Esparcia, 2023, p.8.

Por otro lado, estos análisis de ARS son necesarios como paso preliminar para el estudio del índice E-I (dentro del enfoque metodológico ARS) para el cálculo del stock de CS interno y externo, que está relacionado con el nivel micro (Moghfeli, 2022). Este índice se basa en el análisis de las relaciones externas (E) e internas (I) de un conjunto de subestructuras previamente definidas. Por subestructura, Esparcia (2017) entiende una agrupación que debe responder a aspectos claros diferenciados en función de una serie de atributos como, por ejemplo, el sexo de los actores, el territorio e incluso el grado de prestigio u otras características atributivas. Por tanto, en este índice se han analizado un total de cinco subestructuras, como son:

119

- **Tipología de los actores:** vinculada a la actividad principal de los actores, es decir, institucional, económica, técnica u otra (parados, jubilados, jóvenes, etc).
- **Sexo:** la literatura vincula comportamientos más tradicionales y menos abiertos a los hombres. Sin embargo, las mujeres y los grupos de edad más jóvenes están vinculados a comportamientos más innovadores y de mentalidad más abierta (Esparcia & Serrano, 2016; Serrano & Esparcia, 2023).
- **Prestigio:** también entendido como experiencia, recursos, cargo, etc., puede estar presente en una organización específica y en un grupo o individuo en particular. Las redes y la posición de los actores en ellas no son igualmente accesibles para todos los miembros de la comunidad, ya que la participación y el interés son diferentes para cada uno (Shortall, 2008; Lee *et al.*, 2005). El prestigio se ha sintetizado en cuatro grupos: Nulo, Bajo, Medio y Alto. La división realizada para obtener cada uno de los cuatro principales niveles de prestigio (Grado In del ARS) se basó en los intervalos realizados por Serrano y Esparcia, 2023 (figura 3).

sos y con los que guarda relación, usted le solicitaría dinero. La solicitud de dinero como muestra de confianza ha sido destacada por autores como Putnam



- **Confianza:** entendida como afinidad, una relación más estrecha y fuerte entre los actores. Los niveles se han agrupado de la misma forma que para el prestigio: Nulo, Bajo, Medio y Alto (tabla 2).
- **Delimitación territorial:** el papel de los municipios dentro de una comarca es diferente según su población, servicios o concentración de instituciones. Por ello, es importante conocer cómo se relacionan los diferentes municipios y saber el resultado de las relaciones dentro y fuera de cada una de las áreas.

Dentro de los procesos de construcción de CS en el territorio resulta de gran interés conocer y analizar el conjunto de relaciones internas y externas presentes en la red social, es decir, identificar las tipologías de CS *Bonding* (relaciones internas) y CS *Brigding/Linking* (relaciones externas).

El resultado obtenido varía entre -1 y 1. El resultado negativo se obtiene cuando la mayoría (o todas) de las relaciones de las subestructuras son internas, es decir, se aproximan a la máxima expresión de homofilia. Sin embargo, cuando el resultado es positivo, significa que la mayoría de las relaciones presentes son externas. Este índice no diferencia entre la dirección de las relaciones sino de la presencia entre cada par de nodos (Hanneman & Riddle, 2005). Los principales indicadores analizados en el índice E-I son:

- **Índice E-I Observado:** mide mediante una fórmula matemática en la que se calcula la diferencia entre las relaciones externas e internas con respecto al total de conexiones.
- **Índice E-I esperado:** el concepto de azar entra en este índice si la distribución de relaciones de cada actor en cada una de las subestructuras se produce al azar sin preferencias específicas para cada una de las subestructuras definidas y estudiadas. Ayuda a medir cuánto varía este resultado respecto del observado.
- **Proporción de relaciones externas:** este indicador refleja otro resultado del índice E-I y nos da una idea clara y sencilla del grado de apertura global de cada una de las subestructuras en cada red social de cada área. Los datos se extraen de la media de las relaciones exteriores calculada para el índice E-I.

120

Aparte de estos indicadores extraídos en el índice E-I, se decidió complementar estos resultados con dos cálculos estadísticos que se basan en el valor p ($p < 0,05$), que indica la existencia o no de diferencias estadísticas significativas entre los valores observados y esperados con un nivel de significación de 0,05. Además, se realizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para medir la bondad de ajuste de los datos estudiados.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de redes sociales de los *stakeholders* de Tierra Bobal: una visión colectiva e individual

Los resultados observados muestran diferencias significativas en relación con las redes sociales entre los *stakeholders* y, de forma indirecta, una primera aproximación a la idea del CS. En la tabla 3, se puede observar los resultados colectivos para cada red, diferenciando la red de egos (personas entrevistadas con el KPI de interés superior a 8) y la red de egos y alters (sin limitación del KPI de interés).

Respecto a la red de egos esta presenta unos resultados en todos los indicadores superiores respecto a la de egos-alter, lo que indica que en esta última hay más actores pero con pocas relaciones (< al 5 %).

En cuanto a los resultados de los indicadores de los egos, estos destacan por ser una red de alta densidad, pero con una distancia media entre los actores de la red, es decir, a pesar de ser una red densamente conectada la distancia entre ellos no es tan cercana. Este hecho se manifiesta mejor al observar el prestigio de entrada y salida. A pesar de tener un elevado prestigio de entrada a la red (hay un gran número de actores que son identificados por otros como prestigiosos), el grado de salida es bajo, lo que indica que los actores de esta red tienden a identificar a pocas personas como relevantes, es decir, tiende a concentrarse en pocas personas.



Tabla 3. Indicadores de ARS para la red Tierra Bobal.

		Egos ¹	Egos-Alters ²
Propiedad de la red	Densidad	19,50%	3,50%
Cohesión	Distancia	2,03	2,59
Centralidad	Prestigio (Degree In)	45,70%	19,90%
	Prestigio (Degree Out)	12,50%	12,10%
	Cercanía	35,01	2,09
	Intermediación	16,39%	6,58%
	Centralidad de flujo	11,14%	4,42%
	Reciprocidad	17,80%	14,80%
	Confianza (Degree In)	44,53%	16,95%

¹ Egos cuyo KPI de interés de participación ha sido igual o superior a 8.

² Egos sin tener en consideración KPI de interés de participación.

Fuente: elaboración propia a partir de UCINET.

Respecto a la intermediación, demuestra que existen un número pequeño de personas puente, lo cual no es positivo, ya que implica que existe un número de actores que siempre son utilizados como intermediarios. Esto entraña que, al no disponer de más intermediarios, estas personas disponen de un alto poder a la hora de conectar a otras o controlar información, hecho nada positivo hacia la construcción de CS pues este se basa, en esencia, en el intercambio de conocimiento (Valeri & Baggio, 2021). Esta situación se reafirma en la centralidad de flujo (con un valor medio) e identifica que existen unos pocos actores centrales y, por tanto, más populares. La reciprocidad, el conocimiento y reconocimiento entre los actores es bajo, guardando relación con el indicador de grado de salida, siendo también un aspecto negativo. Los actores reconocen a pocos actores de la red y tampoco se reconocen entre ellos. Dicho de otro modo, el reconocimiento se concentra en muy pocas personas y estas apenas reconocen al resto de actores. Por último, el indicador de confianza muestra en este caso un valor medio, lo que sugiere que a pesar de reconocer a pocos actores la confianza entre ellos es elevada. Hay que valorar este hecho como positivo pues, según Beritelli (2011) la confianza es el elemento central para estimular la colaboración y el compromiso entre actores.

Todas estas interpretaciones pueden observarse en el grafo de la figura 3. En él la cantidad de relaciones no es especialmente elevada entre los actores, incluso hay que no son reconocidos por otros actores (parte más externa de la red). Por el contrario, hay un conjunto de tres/cuatro actores bastante centrales y que concentran la mayor parte de las relaciones (actores ID17, ID1, ID4 e ID14). Destaca especialmente el conocimiento y reconocimiento entre los actores ID1, ID4 e ID17, los cuales forman un triángulo perfecto de conocimiento y de intercambio de relaciones.

En cuanto a la red de egos-alters esta crece, pero la mayoría de los actores se encuentran en la periferia con solo una relación, siendo la red de egos que anteriormente se comentaba la que se encuentra en el centro de la red con relaciones mucho más densas. Tal y como identificaría Moghfeli *et al.* (2022), las relaciones no son equilibradas en la red social y prueba de ello es la red de Tierra Bobal. Además, puede identificarse que el liderazgo se distribuye entre pocas personas (ID17, ID1, ID4 e ID14), las cuales tienen capacidad de influir, poder y control sobre los canales de comunicación. Ante este escenario debe de lograrse un liderazgo efectivo en el territorio, y aunque es complicado (Preston & Barnes, 2017) resulta fundamental para la mejora en la gestión de los problemas.

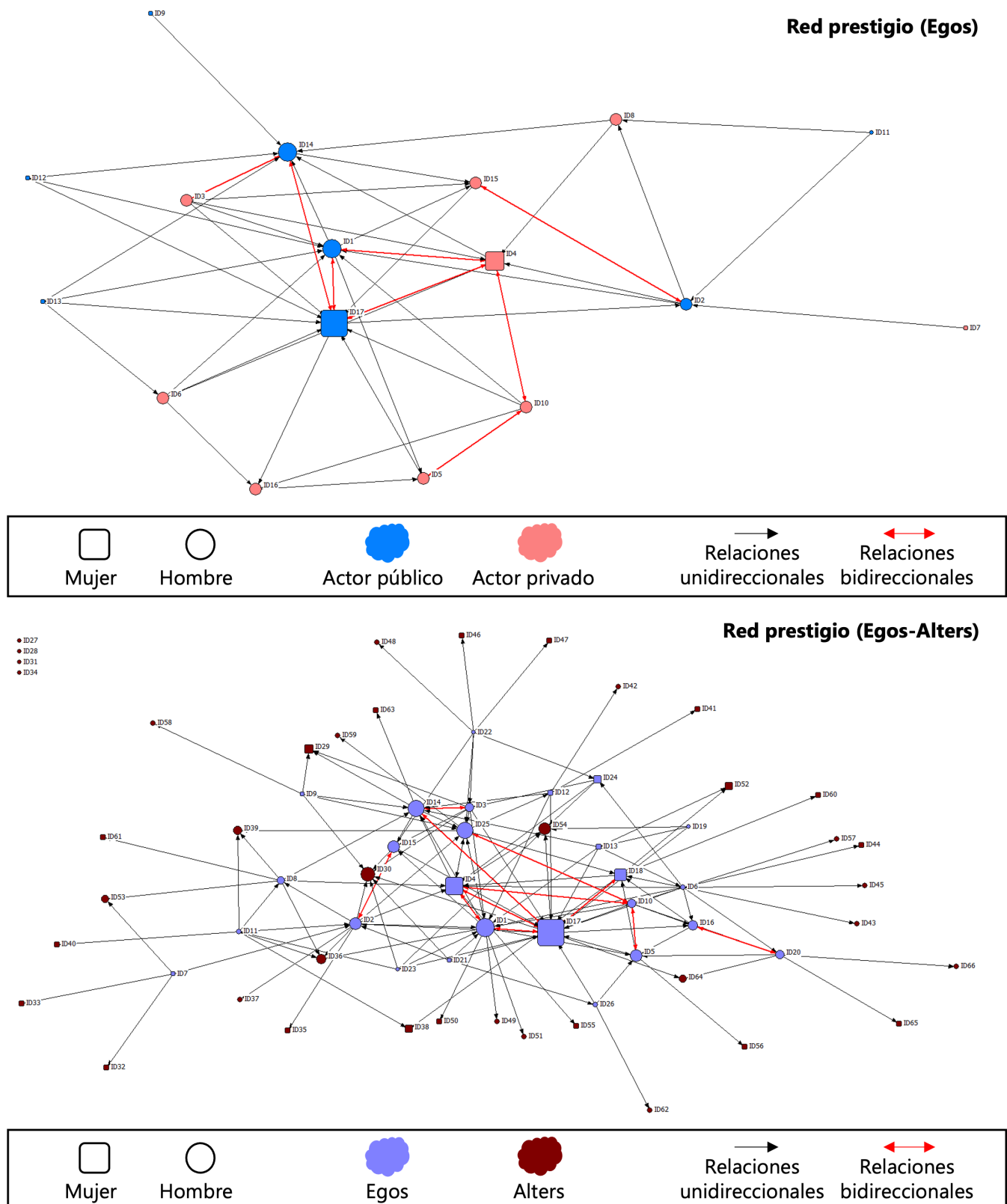


Figura 3. Red de prestigio de Egos y Egos-Alters de stakeholders en Tierra de Vino. Fuente: elaboración propia a partir de UCINET.



Figura 4. Red de confianza de Egos y Egos-Alters de stakeholders en Tierra de Vino. Fuente: elaboración propia a partir de UCINET.



La red de confianza se presenta menos densa y la de relaciones mucho más cercanas que la de prestigio, pero tiende a una concentración mayor en pocas personas, especialmente en el ID 17 (figura 4), coincidiendo con lo explicado por Serrano y Esparcia (2023) sobre las relaciones de confianza y las de prestigio. Esto ocurre tanto en la red de Egos como la de Egos-Alters, siendo visible actores en los cuales no existen relaciones de confianza. En el caso de los Egos existe una concentración de prestigio en el actor ID17, pero, en cambio, este actor confía muy poco en el resto de los actores, lo cual vuelve a demostrar los problemas que presenta la red en relación con el grado de salida y la reciprocidad de las relaciones. Respecto a la red de Egos-Alters esta es mayor, pero las relaciones son menores que en la red de prestigio y con una amplia unidireccionalidad de las relaciones y concentración de la confianza ID17 e ID4.

Una vez analizada de forma conjunta la red de relaciones tanto Egos como Egos-Alters, puede delimitarse el listado de nueve actores, para la creación de una red de gobernanza turística en la comarca, a partir de la red de egos entrevistados con un KPI de implicación alto y de los indicadores de ARS (tabla 4). Para analizar de forma más clara y rápida cada indicador de ARS y los actores, se ha ordenado de mayor a menor el valor para cada indicador. Sin embargo, se ha sustituido ese valor por una etiqueta de nivel alto, medio o bajo siguiendo la clasificación expuesta en la Figura 2 para cada indicador.

Tabla 4. Indicadores individualizados de ARS en la red de Egos en Tierra Bobal.

Prestigio (In)		Confianza (In)		Cercanía		Centralidad de flujo		Intermediación		Reciprocidad	
ID17	Alto	ID17	Alto	ID17	Alto	ID14	Alto	ID17	Alto	ID10	Alto
ID1	Medio	ID4	Medio	ID14	Alto	ID2	Alto	ID2	Medio	ID4	Alto
ID14	Medio	ID1	Bajo	ID1	Alto	ID17	Medio	ID14	Medio	ID5	Medio
ID4	Medio	ID2	Bajo	ID4	Alto	ID5	Medio	ID1	Bajo	ID17	Medio
ID2	Bajo	ID10	Bajo	ID15	Alto	ID4	Medio	ID4	Bajo	ID14	Medio
ID15	Bajo	ID14	Bajo	ID2	Alto	ID10	Bajo	ID5	Bajo	ID3	Medio
ID5	Bajo	ID5	Bajo	ID5	Alto	ID1	Bajo	ID15	Bajo	ID15	Medio
ID16	Bajo	ID8	Bajo	ID16	Alto	ID15	Bajo	ID10	Bajo	ID1	Bajo
ID8	Bajo	ID15	Bajo	ID10	Alto	ID8	Bajo	ID8	Bajo	ID2	Bajo
ID10	Bajo	ID3	Nulo	ID3	Alto	ID16	Bajo	ID3	Bajo	ID6	Nulo
ID3	Bajo	ID6	Nulo	ID8	Alto	ID3	Bajo	ID16	Bajo	ID7	Nulo
ID6	Bajo	ID7	Nulo	ID6	Bajo	ID6	Bajo	ID6	Bajo	ID8	Nulo
ID7	Nulo	ID9	Nulo	ID11	Bajo	ID7	Nulo	ID11	Nulo	ID9	Nulo
ID9	Nulo	ID11	Nulo	ID13	Bajo	ID9	Nulo	ID13	Nulo	ID11	Nulo
ID11	Nulo	ID12	Nulo	ID7	Bajo	ID11	Nulo	ID7	Nulo	ID12	Nulo
ID12	Nulo	ID13	Nulo	ID12	Bajo	ID12	Nulo	ID12	Nulo	ID13	Nulo
ID13	Nulo	ID16	Nulo	ID9	Bajo	ID13	Nulo	ID9	Nulo	ID16	Nulo

Fuente: elaboración propia a partir de UCINET y Serrano & Esparcia, 2023.

En general, muy pocos actores concentran niveles muy altos en los diferentes indicadores, salvo el de cercanía. El actor ID17 lidera 4 de los 6 indicadores. Además, es necesario señalar un número importante de actores que no concentran niveles de cualquier indicador, de ahí que se destaque la tendencia a la concentración en pocos actores y, por tanto, que haya una importante dicotomía de pocos actores con niveles muy altos de prestigio, confianza o centralidad de flujo, y un gran número de actores con niveles medio y bajos de estos indicadores. Disponer de altos niveles de *CS bonding* y *bridging/linking* garantizaría tener un desarrollo mejor articulado e integrado, lo que aseguraría una sostenibilidad y consolidación de los procesos (Esparcia *et al.*, 2016).



Analizados el conjunto de indicadores de ARS para cada uno de los actores, se pueden delimitar los/las candidatos/as que deberían ser seleccionados para esta red de gobernanza: ID17, ID1, ID14, ID4, ID2, ID15, ID5, ID16, e ID8. No obstante, se cree necesario la delimitación de dos actores de reserva, que serían los actores ID10 e ID3. Esta clasificación está realizada con aquellos *stakeholders* que lideran los diferentes indicadores, de mayor a menor, y considerando el límite de 9 actores que, si bien está relacionado con el número de municipios integrantes en Tierra Bobal, no se corresponden directamente con cada uno de los territorios. Además, se consideró relevante dejar a dos actores como reserva, por si en alguno de los supuestos hubiera alguna baja de alguno de los 9 actores seleccionados.

4.2. Stock de capital social a partir del índice E-I: de la homofilia al aperturismo

Dentro de la red social y de los *stakeholders* que la componen, se pueden identificar y analizar un conjunto de subestructuras con el fin de identificar roles o funciones delimitados a partir de un conjunto de atributos. Dentro del análisis se ha tratado de contrastar las pautas en las relaciones de esas subestructuras presentes en la red, pero diferenciando el conjunto de relaciones internas y externas. De este modo se puede conocer el grado de apertura dentro de cada subestructura seleccionada y con ello el stock de CS. Cómo se ha podido analizar en la base teórica, dentro de los procesos de construcción del desarrollo, el estudio del CS es de gran interés. De ahí que conocer y analizar el conjunto de relaciones internas y externas presentes en la red social ayudará a analizar el estado del proceso de desarrollo. Por ello, se estudia la tipología del stock de CS interno y externo en un conjunto de cinco subestructuras: tipología de los actores, sexo, nivel de prestigio, nivel de confianza y subestructuras territoriales.

La primera de las subestructuras analizadas se basa en la tipología de cada uno de los *stakeholders* que han formado parte de la red, se ha delimitado el perfil entre: institucional, económico, técnico y otro (parados o jubilados). Esta característica es muy relevante y está presente en los procesos de desarrollo. El resultado del índice E-I (figura 9), muestra un valor observado, el cual es menor al esperado, aunque presenta un valor positivo por lo que se puede interpretar que esta subestructura denota cierta tendencia hacia la apertura, aunque no se puede decir que sea predominante. El porcentaje de relaciones externas es muy positivo, superando el 65 %, lo cual indica relaciones externas entre las diferentes tipologías de actores (Serrano & Esparcia, 2023). Sin embargo, se evidencian diferencias según tipologías: los actores técnicos e institucionales son los que presentan una mayor tendencia al aperturismo, también los actores jubilados o en paro; no obstante, los actores económicos son los que tienen una menor tendencia al aperturismo, siendo clara una tendencia hacia la homofilia, es decir, predominan las relaciones entre los actores económicos y menor medida con las otras tipologías de actores. Además, la prueba de significación estadística es positiva, se rechaza H_0 y se acepta H_1 (el valor de p es inferior a la significación), por lo que se puede decir que los resultados tienen significación estadística. Estos resultados evidencian la necesidad de contar con un modelo de gestión que responda y mejore la interacción entre los *stakeholders* (Pulido-Fernández & Pulido-Fernández, 2014), si se busca como indica Ledesma *et al.* (2022) la resolución de problemas comunes, la coordinación de acciones y la creación de soluciones conjuntas.

La segunda de las subestructuras analizadas se basa en una diferenciación por sexo de cada uno de los *stakeholders* que han forma parte de la red. Esta característica es muy relevante para conocer si es el colectivo de hombres o el de mujeres el que presentan relaciones más abiertas o cerradas en los procesos de desarrollo turístico. El resultado del índice E-I (tabla 5), muestra un valor observado que es mayor al esperado, aunque presenta un valor que es bastante próximo a 0, por lo que se puede interpretar que esta subestructura denota cierta tendencia a la igualdad entre relaciones internas y externas. Esto mismo se interpreta en el porcentaje de relaciones externas, el cual es del 50 %. Respecto a las relaciones entre los dos grandes colectivos analizados, se observan diferencias significativas. Por un lado, los hombres presentan un índice E-I negativo, lo cual se interpreta por un predominio de relaciones homofílicas, es decir, hay un predominio de relaciones entre hombres. Por otro lado, las mujeres presentan un índice E-I positivo, lo cual indica que existe un predominio de relaciones externas entre mujeres y hombres. Esta misma tendencia



fue identificada por Esparcia y Serrano (2016) y Serrano y Esparcia (2023) en procesos de desarrollo en zonas rurales, donde las mujeres a pesar de ser un colectivo menos numeroso disponían de relaciones más abiertas que el colectivo de hombres (Esparcia & Serrano, 2016).

Tabla 5. Criterios atribucionales y relacionales a través del índice E-I según diferentes subestructuras de los grupos de interés en Tierras del Vino.

		Tierra Bobal
Tipología	Índice E-I (Observado)	0,333
	Índice E-I (Esperado)	0,500
	P-valor ($p < 0,05$)	H_0
	% Conexiones externas	67%
	Índice E-I Institucionales	0,5
	Índice E-I Económicos	0,097
	Índice E-I Técnicos	0,394
	Índice E-I Otros	0,6
	Test Kolmogorov-Smirnov	H_1

		Tierra Bobal
Confianza	Índice E-I (Observado)	0,6
	Índice E-I (Esperado)	0,279
	P-valor ($p < 0,05$)	H_0
	% Conexiones externas	80%
	Índice E-I Confianza Nula	1
	Índice E-I Confianza Baja	0,138
	Índice E-I Confianza Media	1
	Índice E-I Confianza Alta	1
	Test Kolmogorov-Smirnov	H_1

Sexo	Índice E-I (Observado)	0,022
	Índice E-I (Esperado)	-0,029
	P-valor ($p < 0,05$)	H_0
	% Conexiones externas	51%
	Índice E-I Hombres	-0,246
	Índice E-I Mujeres	0,586
	Test Kolmogorov-Smirnov	H_1

Municipios	Índice E-I (Observado)	0,467
	Índice E-I (Esperado)	0,691
	P-valor ($p < 0,05$)	H_1
	% Conexiones externas	73%
	Índice E-I Municipio 1	-0,091
	Índice E-I Municipio 2	0,778
	Índice E-I Municipio 3	0,360
	Índice E-I Municipio 4	0,556
	Índice E-I Municipio 5	1
	Índice E-I Municipio 6	1
	Test Kolmogorov-Smirnov	H_1
	Identificación de los municipios	1: Utiel
		2: Requena
		3: Camporrobles
		4: Sinarcas
		5: Chera
		6: Venta del Moro

Prestigio	Índice E-I (Observado)	0,556
	Índice E-I (Esperado)	0,397
	P-valor ($p < 0,05$)	H_0
	% Conexiones externas	78%
	Índice E-I Prestigio Nulo	1
	Índice E-I Prestigio Bajo	0,282
	Índice E-I Prestigio Medio	0,571
	Índice E-I Prestigio Alto	1
	Test Kolmogorov-Smirnov	H_1

Fuente: elaboración propia a partir de UCINET.



La tercera y cuarta subestructura analizadas se basan en el grado de entrada, pero diferenciando entre prestigio y confianza en cuatro niveles: nulo, bajo, medio y alto (Serrano & Esparcia, 2023). Los resultados de los índices E-I (figura 9), muestran en ambos casos una tendencia similar con un valor observado mayor al esperado, por lo que se puede interpretar que tanto en la estructura de prestigio como la de confianza se denota una cierta tendencia al aperturismo, más marcada en el caso de la confianza. Esta idea se refuerza en el porcentaje de relaciones externas, siendo 78 % en las relaciones de prestigio y del 80 % en la confianza. Este hecho es relevante, en tanto en cuanto va en línea con lo que Putnam (1994) indicó sobre la construcción de CS a través del trabajo colaborativo.

Respecto a las relaciones entre los cuatro grandes subgrupos analizados, se observan diferencias significativas. Por un lado, tanto en el prestigio como en la confianza los niveles nulo y alto presentan un resultado de 1, lo cual indica que la totalidad de sus relaciones son hacia personas con niveles de prestigio diferente al suyo, lo cual es positivo porque pone en valor la capacidad de intermediar y cercanía con otros actores mejor posicionados, pero también demuestra una falta de cohesión interna entre actores con alto prestigio o nulo, lo cual es una carencia.

Por otro lado, en los niveles bajo y medio de prestigio y en el nivel bajo de la confianza muestran un índice E-I mucho más equilibrado o con tendencia hacia las relaciones internas, lo cual es positivo por la interconexión entre los *stakeholders* de cada delimitación, pero con cierta tendencia a la homofilia lo cual no es realmente positivo, ya que falta un refuerzo de relaciones externas especialmente con actores que concentren altos niveles de prestigio y confianza. Además, la prueba de significación estadística es positiva, se rechaza H_0 y se acepta H_1 (el valor de p es inferior a la significación), por lo que se puede decir que los resultados tienen significación estadística.

La quinta y última subestructura es la de delimitación territorial, en este caso la de municipios. El objetivo es analizar si la localización de los *stakeholder* influye en la relación intramunicipal e intermunicipal. El resultado del índice E-I (tabla 5), muestra un valor observado menor al esperado, aunque presenta un valor positivo por lo que se puede interpretar que esta subestructura territorial denota una tendencia predominante hacia la apertura. El porcentaje de relaciones externas es muy positivo, superando el 70 %, lo cual indica relaciones externas entre los diferentes municipios que conforman el área de estudio.

Sin embargo, se evidencian diferencias según el municipio estudiado. Los municipios que presentan unos niveles de aperturismo elevados, aunque con ciertas relaciones internas, son los municipios de Camporrobles y Sinarcas. El municipio de Requena tiene una predominancia de relaciones externas mayoritariamente, lo que implica una necesidad de relaciones internas dentro de este municipio. Este hecho es más marcado todavía en Chera y Venta del Moro, donde el 100 % de sus relaciones son externas y hay una carencia de relaciones internas y, por tanto, de CS de cohesión. El punto discordante lo marca Utiel, el cual es el único municipio donde sus relaciones tienen levemente a la homofilia, es decir, predominan las relaciones entre actores del mismo municipio, aunque de forma leve. Además, la prueba de significación estadística es positiva, se rechaza H_0 y se acepta H_1 (el valor de p es inferior a la significación), por lo que se puede decir que los resultados tienen significación estadística.

Entre las principales evidencias del análisis de CS interno y externo, se demuestra la presencia de un gran número de relaciones externas, lo cual es muy positivo para la sostenibilidad y mantenimiento de los procesos de desarrollo turístico. No obstante, en algunos análisis de subestructuras demuestran una preocupante falta o no fortalecimiento de relaciones internas y, por tanto, de CS *bonding*. Por lo tanto, en atención a la figura 1, sobre los procesos de desarrollo territorial, al extrapolar los resultados obtenidos en el área de estudio, se evidencia un escenario 3, es decir, una comunidad local poco cohesionada, pero con tendencia a vínculos individuales con el exterior.

Los resultados de ARS y del índice E-I muestran una red con estructuras internas débiles, pero que su dinámica territorial y social se basa en el desarrollo, mantenimiento y fortalecimiento de vínculos externos. Sin embargo, estos vínculos externos tienden a realizarse de forma individualizada o personal con el exterior, de ahí que se asocie a posiciones activas dentro de la red, es decir, a aquellos actores mejor posicionados y más centrales de la red. La caracterización que realizan Esparcia, *et al.*, (2016) detalla la posibilidad de que actores de una red que podrían diseñar procesos de desarrollo satisfactorios, pueden incluso bloquear o



entorpecerlos a causa de la falta de articulación interna, la falta de alternativas entre las relaciones o la falta de cooperación entre los actores y/o estructuras. Estas características pueden verse reflejadas en la red analizada, ya que existe una excesiva concentración de prestigio y poder en muy pocos actores, por lo que pueden tener el control de información e incluso el bloqueo de determinadas acciones o procesos en beneficio del desarrollo turístico.

Esta excesiva dependencia de estos pocos actores puede dar lugar a desarrollar un doble sentimiento de frustración, por un lado, en los actores más activos por saturación e incluso perder su compromiso con los procesos y, por otro lado, por los actores menos activos, que ven una dependencia de siempre los mismos actores, es decir, inoperancia (Esparcia *et al.*, 2015). Este escenario, quizás, no permite gobernar con la máxima participación de actores estratégicos dificultando la generación de confianza entre el conjunto de *stakeholders* (más allá de los pocos actores activos) y la mejora de la coherencia (hacia el fin que se persigue con la red de gobernanza) que permitan aunar voces, sumar recursos y planificar de forma consensuada con un horizonte a largo plazo, tal y como sugiere Segittur (2016) en relación con la gobernanza aplicada a la gestión turística.

5. CONCLUSIONES

El estudio y análisis de las relaciones sociales entre *stakeholders* y, por tanto, del stock de CS en los procesos de desarrollo turístico requieren de una mayor atención tanto desde la esfera académica como desde el ámbito político-institucional, a diferentes niveles. En esta investigación se ha abordado el estudio de CS (interno y externo) de una zona rural del interior de la provincia de Valencia, para identificar la red de relaciones de los actores turísticos y la selección con un criterio objetivo de aquellos actores hacia la construcción de una red de gobernanza.

Para lograr este fin este estudio ha trabajado con indicadores de ARS y el índice E-I. La investigación ha revelado cómo la red de relaciones de los *stakeholders* presenta problemas internos, tanto una falta de cercanía como de intermediación generalizada. Esto implica una excesiva concentración del poder, así como de prestigio, confianza, centralidad de flujo, etc. en un número muy reducido de actores, especialmente en los más centrales. Este hecho puede ser muy negativo y perjudicial de cara a la cohesión de la red tanto interna como externa. Además, este hecho puede poner en riesgo el correcto desarrollo de los procesos turísticos, así como su propia sostenibilidad en el espacio y en el tiempo.

128

En cuanto al stock de CS interno y externo, las distintas subestructuras analizadas presentan amplios niveles de aperturismo, es decir, mayor stock de CS externo. Esto, aunque es positivo, debe compatibilizarse con un stock de CS interno, es decir, una mayor cohesión y fortalecimiento de las relaciones internas entre actores y territorios. Además, entre los aspectos que sería necesario cambiar destacan la tendencia homofílica del colectivo masculino, el cual tiende a relacionarse mayoritariamente entre hombres y no tanto con mujeres. También, el hecho de que haya una excesiva concentración de la información, poder, prestigio, etc. entre apenas cuatro actores puede influir en el correcto desarrollo del CS interno y de la red. Las redes endogámicas tienden a concentrar la información y pueden llegar a utilizarla como herramienta de control y poder, lo cual puede provocar grandes y graves diferencias entre los actores de la zona. Es por ello por lo que, a pesar de haber seleccionado el listado de 9 actores (más 2 suplentes) para la formación del nuevo equipo de gobernanza turística, podría ser necesario excluir alguno de los actores centrales para un mejor desarrollo de la red y evitar su excesiva influencia y control en el proceso.

El papel que los actores tienen en la red puede tener un doble fin, no siempre positivo: la excesiva dependencia y control que pueda realizar un único actor en la red puede desencadenar en una dependencia y restringir la libertad, así como ser aprovechado para usarse con fines personales. Además, puede fomentar la rivalidad y conflictos entre individuos y puede destruir la confianza y cooperación dentro de la red. Por ello, la exclusión está motivada a que prevalezca el interés mutuo por encima del interés particular.

De no hacerlo, el resultado afectaría con toda seguridad a la construcción de una red de gobernanza descentralizada, fin perseguido por Tierra Bobal. En el contexto actual se alejaría a la red de una PNG (*participant-governed network*), donde los actores poseen relaciones informales y horizontales, con una gestión descentralizada de abajo hacia arriba en la que todos son responsables de la gestión interna y



comparten objetivos comunes y la acercaría a una LOG (*Lead organization-governed network*) en la que prevalece la gestión centralizada y un poder asimétrico.

Si bien debe admitirse que no existe un modelo de desarrollo turístico ideal, Tierra Bobal debe alejarse de las concepciones tradicionalistas de construcción de relaciones basadas en la jerarquía y el poder. Remar hacia la gestión del destino basada en la construcción de redes entre actores en beneficio mutuo) debe ser el objetivo que garantice comunidades y procesos de desarrollo articulados e integrados, lo que asegura una sostenibilidad y consolidación de los procesos.

El estudio pone de manifiesto la necesidad de seguir apoyando el desarrollo turístico siguiendo un proceso de evaluación y análisis a los diferentes actores o colectivos que mejoren los procesos de participación y, especialmente, de toma de decisiones, pero de manera más objetiva, coherente y eficiente, sin responder necesariamente a otros parámetros enmarcados en las redes clientelares de programas y proyectos de desarrollo, especialmente en zonas rurales.

Dentro de esta investigación, además, se pone en relieve la necesidad de seguir reforzando las relaciones internas para la construcción de redes más sólidas y no jerarquizadas, sin olvidar las externas, en las diferentes subestructuras trabajadas. Quizás, nuevas investigaciones permitan extender la metodología hacia el desarrollo de ponderaciones que apliquen una valoración más proporcionada de las variables que se presentan en este trabajo (los indicadores individualizados de ARS), en lugar de aportar un valor cualitativo (alto, medio, bajo) con los que identificar a las mejores personas de la red.

Declaración responsable y conflicto de intereses

Los autores se comprometen a comunicar cualquier conflicto de intereses existente o potencial con relación a la publicación de su artículo. Las tareas realizadas por cada uno de los dos autores son: Metodología (Arnandis y Serrano), Trabajo de campo (Arnandis), Análisis de los datos (Arnandis y Serrano), Elaboración de figuras y tablas (Arnandis y Serrano), Redacción y revisión (Arnandis y Serrano).

129

REFERENCIAS

- Arnstein, S. (1969). A ladder of citizen participation. *JAIP Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216–224. <https://doi.org/10.1080/01944366908977225>
- Badawy, M., Abd El-Aziz, A.A., Idress, A.M., Henfy, H., & Hassam, S. (2016) A survey on exploring key performance indicators. *Future Computing and Informatics Journal*, 1(1–2), 47–52. <https://doi.org/10.1016/j.fcij.2016.04.001>
- Beaumont, N., & Dredge, D. (2010) Local tourism governance: a comparison of three network approaches. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1) 7–28. <https://doi.org/10.1080/09669580903215139>
- Beritelli, P., Buffa, F., & Martini, U. (2015). The coordinating DMO or coordinators in the DMO? An alternative perspective with the help of network analysis. *Tourism Review*, 70(1), 24–42. <http://dx.doi.org/10.1108/TR-04-2014-0018>
- Bodin, O., & Crona, B.I. (2009). The Role of Social Networks in Natural Resource Governance: What Relational Patterns Make a Difference? *Glob. Environ. Chang*, 19, 366–374. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2009.05.002>
- Borgatti, S. P., Jones, C., & Everett, M. G. (1998). Network measures of social capital. *Connections*, 21(2), 27–36.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J.G. Richards (Ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
- Buciega, A. (2009). El capital social como recurso de desarrollo. In J. Noguera, M.D. Pitarch, & J. Esparcia (Coord.) *Gestión y promoción del desarrollo local* (pp.67-96). Publicacions, de la Universitat de València.
- Cacciutto, M. (2018). Implementación de programas de gestión asociada en entornos locales: el caso de Centros comerciales a cielo abierto en la ciudad del Mar de Plata. *Análisis de las percepciones de su población objetivo, Turismo y Sociedad*, 23, 41–58. <https://doi.org/10.18601/01207555.n23.03>
- Cadger, K., Quaicoe, A.K., Dawoe, E., & Isaac, M.E. (2016). Development Interventions and Agriculture Adaptation: A Social Network Analysis of Farmer Knowledge Transfer in Ghana. *Agriculture*, 6, 32. <https://doi.org/10.3390/agriculture6030032>
- Carrington, P., Scott, J., & Wasserman, S. (2005). *Models and methods in social network analysis*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511811395>



- Coleman, J. (1982). *Systems of trust. A rough theoretical framework*. *Angew. Soz.*, 10, 277–299.
- Coleman, J. (1990). *Foundations of social theory*. Belknap Press of Harvard University Press.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *La Gobernanza Europea. Un libro blanco*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A52001DC0428>
- Comisión de las Comunidades Europeas (2004). *Libro Verde. Sobre la colaboración público-privada y el derecho comunitario en materia de contratación pública y concesiones*. COM (2004) 427 final.
- Del Chiappa, G., & Presenza, A. (2013). The use of network analysis to assess relationships among stakeholders within a tourism destination: an empirical investigation on Coast Smeralda-Gallura, Italy. *Tourism Analysis*, 18(1), 1-13 <https://doi.org/10.3727/108354213X13613720283520>
- Díaz Rocca, L.H., & Zielenski, S. (2022). Community-based tourism, social capital and governance of post- conflict rural tourism destinations: the case of Minca, Sierra Nevada de Santa Marta, Colombia. *Tourism Management Perspectives*, 43, <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100985>
- Durston, J. (2000). *¿Qué es el capital social comunitario?* Cepal. División de Desarrollo Social, Serie políticas sociales, (38), 42.
- Esparcia, J. (2017). Capital social y desarrollo territorial: Redes sociales y liderazgos en las nuevas dinámicas rurales en España. [Thesis, Universitat Autònoma de Barcelona]. <https://www.tdx.cat/handle/10803/457367#page=1>
- Esparcia, J., Escribano, J., Sánchez, D., & Rubio, P. (2014). Leadership and power: an approach from social networks in rural areas in Spain. In *Social Networks and Local Development*, 1st European Conference on Social Networks, Barcelona, July 1st-4th.
- Esparcia, J., Escribano, J., & Buciega, A. (2015). A perspective of LEADER method in Spain based on the analysis of local action groups. In L. Granberg, K. Andersson, & I. Kovach (Eds.), *Evaluating the European Approach to Rural Development* (pp.33-51). Grass-roots Experiences of the LEADER Programme. Ashgate Publisher.
- Esparcia, J., Escribano, J., & Serrano, J. (2015b). From development to power relations and territorial governance: Increasing the leadership role of LEADER Local Action Groups in Spain. *Journal of Rural Studies*, (42), 29–42 <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.09.005>
- Esparcia, J., & Serrano, J. (2016). Analysing social networks in rural development: a gender approach, *International Review of Social Research*, 6(4), 206-220. <https://doi.org/10.1515/irsr-2016-0023>
- Esparcia, J., Escribano, J., & Serrano, J. (2016). Una aproximación al enfoque del capital social y a su contribución al estudio de los procesos de desarrollo local. *Investigaciones Regionales*, (34), 49–71.
- Farinós Dasi, J. (2008) Gobernanza Territorial para el desarrollo sostenible: estado de la cuestión y agenda. *Boletín de la A.G.E.*, (46), 11 – 32.
- Falk, I., & Kilpatrick, S. (2002). What is social capital? A study of interaction in a rural community. *Sociologia ruralis*, 40(1), 87-110. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00133>
- Federación Española de Municipios y Provincias FEMP. (2008). *Modelos de Gestión Turística Local*. FEMP.
- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society and development. *Third World Quarterly*, 22(1), 7-20. <https://doi.org/10.108/01436590020022547>
- Gava, O., Vanni, F., Schwarz, G., Guisepelli, E., Vincent, A., Prazan, J., Weissshaidinger, R., Frick, R., Hrabalová, A., Carolus, J., Iragui Yoldi, U., Pyysiäinen, J., Smyrniotopoulou, A., Vlahos, G., Balázs, K., János Szilágyi, A., Jegelevičius, G., Mikšytė, E., Zilans, A., Frățilă, M., Rös, E., Miller, D., & Povellato, A., (2025). Governance networks for agroecology transitions in rural Europe. *Journal of Rural Studies*, 114. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2024.103482>
- Ghorbani, M., & Azadi, H. A (2021). *Social-Relational Approach for Analyzing Trust and Collaboration Networks as Preconditions for Rangeland Co-Management*. *Rangeland Ecology & Management*, 75, 170–184. <https://doi.org/10.1016/j.rama.2020.10.008>
- Gimeno Feliu, J.M. 2021. *Los retos del futuro de la contratación pública: los ODS y la experiencia de la pandemia*. Observatorio de la Contratación Pública. <https://www.obcp.es/opiniones/los-retos-de-futuro-de-la-contratacion-publica-los-ods-y-la-experiencia-de-la-pandemia>
- Hall, M. (2011) A typology of governance and its implications for tourism policy analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 437–457. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.570346>
- Hanneman, R., & Riddle, M. (2005). *Introduction to social network methods*. Universidad de California.
- Haro González, A. (2014) La gobernanza de los convenios de colaboración en España: la gestión participativa del turismo frente la jerarquización de la acción social. *Ara*, 4(1), 27–36. <https://doi.org/10.1344/ara.v4i1.19037>



- Hernández, E., Camacho, R., Silván, A., Rojas-Martín, F., & Stan, L. (2018). *Gobernanza participativa local. Construyendo un nuevo marco de relación con la ciudadanía*. Federación Española de Municipios y Provincias. <http://femp.femp.es/files/3580-1936-fichero/GOBERNANZA%20PARTICIPATIVA%20LOCAL.pdf>
- Klijin, E.-H., & Koppenjan, J. (2016). *Governance networks in the public sector*. Routledge.
- Ledesma González, O. (2021). Redes de gobernanza y complejidad de la planificación territorial. *Cuadernos Geográficos*, 60(2), 91–104. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v60i2.15619>
- Ledesma González, O. (2023). Análisis de redes de gobernanza en destinos turísticos: una aplicación práctica. *Boletín de la Asociación Española de Geografía*, (97), 1-39. <https://doi.org/10.21138/bage.3367>
- Ledesma, O., Merinero, R., & Pulido, J.L. (2022). Actor network and development of cultural tourist destination. In C. Ribeiro de Almeida, J. Martins, A. Gonçalves, S. Quinteiro, & M. Gasparini (Eds.) *Handbook of Research on Cultural Tourism and Sustainability*, IGI Global, 209-230. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-9217-5>
- Lee, J., Árnason, A., Nightingale, A., & Shucksmith, M. (2005). Networking. social capital and identities in European rural development. *Sociología Rural*, (45), 269–283. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2005.00305.x>
- Lin, N. (2001). *Social Capital. A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge University Press, Structural Analysis in the Social Sciences
- López-Roldán, P., & Alcaide, V. (2011). El capital social y las redes personales en el estudio de las trayectorias laborales. *Redes. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, (20), 51-80. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.409>
- López, J. M., & López, L. M. (2004). Evolución y perspectivas del enfoque interdisciplinario en el estudio del turismo. *Estudios Turísticos*, (160), 31-44.
- Lozares, C., & Sala, M. (2010). Capital social, cohesión social y uso de la lengua. *REDES*, (20), 204–231. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.413>
- Lozares, C., López Roldán, P., Verd, J. M., Martí, J., & Molina, J. L. (2011). Cohesión, Vinculación e Integración sociales en el marco del Capital Social. *REDES. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, (20), 1-28. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.407>
- Lozares, C., & Verd, J.M. (2011). De la Homofilia a la Cohesión social y viceversa. *REDES. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, (20), 29–50. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.408>
- Lubbers, M., Molina, J.L., Brandes, U., Ávila, J., & Mccarty, C. (2010). Longitudinal analysis of personal networks. The case of Argentinean migrants in Spain. *Soc. Netw.*, 32, 91–104. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2009.05.001>
- Marqués, P., & Muñoz, M. (2014). Capítulo I. Análisis de redes sociales. Definición y conceptos básicos. In M. del Fresno, P. Marqués & D. Paunero, *Conectados por redes sociales Introducción al análisis de redes sociales y casos de estudio* (pp.21-55). Editorial UOC.
- Martínez Valle, A. (2016) *Vino y sociedad en la meseta de Requena – Utiel en época ibérica*. [Tesis doctoral]. <https://rua.ua.es/dspace/>
- Merinero, R., & Ledesma, O. (2022). Patrimonio, territorio y turismo: una perspectiva desde el Análisis de Redes Sociales (ARS). *Architecture, City and Environment.*, 14 (50). <https://doi.org/10.5821/ace.17.50.11018>
- Merinero, R., & Pulido, J.I. (2016). Analysing relationships in tourism: a review. *Tourism Management*, 54, 122-130. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.010>
- Moghfehi, Z., Ghorbani, M., Reza, M., Amin, M., Azadi, H., & Scheffran, J. (2022). Social capital and farmers' leadership in Iranian rural communities: Application of social network analysis. *J. Environ. Plan. Manag.* 66, 977–1001. <https://doi.org/10.1080/09640568.2021.2008329>
- Molina, J.L. (2001). *El análisis de redes sociales*. Bellaterra.123.
- Naderi, A., Nasrolahi Vosta, L., Ebrahimi, A., & Jalilvand, M.R. (2019). The contributions of social entrepreneurship and transformational leadership to performance: Insights from rural tourism in Iran. *Int. J. Sociol. Soc. Policy*, 39, 719–737. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-06-2019-0124>
- Organización Mundial del Turismo (2004). *Cooperación y asociaciones en turismo: Una perspectiva mundial*. OMT.
- Park, D., Nunkii, R., & Yoon, Y. (2015). Rural residents' attitude to tourism and the moderating effects of social capital, *Tourism Geographies: an international journal of tourism space, place and environment*, 17(1), 112-123. <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.959993>
- Piqueras Haba, J., & Sanchís Deusa, C. (1986) La población y el poblamiento en la comarca de Requena – Utiel. *Cuadernos de Geografía*, (39-40), 331–344.



- Podda, A. (2016). Mecanismos de construcción e valoración del capital social a través de la Social Network Analysis. El rol de los Grupos de Acción Local (GAL). *Sociol. Del Lav.*, 143, 127–146. <https://doi.org/10.3280/SL2016-143008>
- Portes, A. (1998) Social capital. its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1–24. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.24.1.1>
- Presenza, A., & Cipollina, M. (2010). Analysing tourism stakeholders networks. *Tourism Review*, 65(4), 17–30. <http://dx.doi.org/10.1108/16605371011093845>
- Preston, J.P., & Barnes, K.E. (2017). Successful Leadership in Rural Schools: Cultivating Collaboration. *Rural Education*, 38, 6–15. <https://doi.org/10.35608/ruraled.v38i1.231>
- Provan, K., & Kenis, P. (2007). Modes of network governance: Structure, management, and effectiveness. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(2), 229–252. <https://doi.org/10.1093/jopart/mum015>
- Pulido - Fernández, M., & Pulido - Fernández, J. I. (2014), ¿Existe gobernanza en la actual gestión de los destinos turísticos? Estudio de caso. *Pasos: Revista de turismo y patrimonio Cultural*, 12(4), 68 –705. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.050>
- Pulido, J.I., & Merinero, R. (2018). Destinations relational Dynamic and Tourism Development. *Journal of Destinations Marketing and Management*, 7, 140-152. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.09.008>
- Putnam, R. (2000). *Bowling alone. The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster. <https://doi.org/10.1145/358916.361990>
- Ramírez, O., Cruz, G., & Serrano, R. (2019). Turismo y capital social: vacíos y oportunidades de investigación, *Turismo y Sociedad*, (24), 25-49. <https://doi.org/10.18601/01207555.n24.02>
- Ray, C. (2009). Neo-endogenous rural development in the EU. In P. Cloke, T. Marsden, & P. Mooney (Eds.) *The Handbook of Rural Studies* (pp. 278-291). SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781848608016.n19>
- Reina-Usuga, L., Camino, F., Gomez-Casero, G., & Jara Alba, C.A. (2024). Rural tourism initiatives and their relationship to collaborative governance and perceived value: A review of recent research and trends. *Journal of Destination Marketing & Management*, 34. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100926>
- Requena, F. (1996). Redes sociales y cuestionarios. *CIS, Cuadernos metodológicos*, (18), 57.
- Sanz, L. (2014). Análisis de redes sociales. o cómo representar las estructuras sociales subyacentes. *Apunt. Cienc. Y Tecnol.*, (7), 21–29. <https://doi.org/10.4067/S0250-71612015000300002>
- Saz-Gil, M.I., & Gómez-Quintero, J.D. (2015). Una aproximación a la cuantificación y caracterización del capital social: una variable relevante en el desarrollo de la provincia de Teruel, España. *EURE (Santiago)*, 41(123), 29-51.
- Segittur (2016). *Gobernanza en un destino turístico inteligente: juntos, más inteligentes*. <https://www.segittur.es/blog/destinos-turisticos-inteligentes/gobernanza-destino-turistico-inteligente-juntos-mas-inteligentes/>
- Serafí, J., Agost, M. R., & Fuertes, A. M. (2010). *Estudio del capital social a partir de redes sociales y su contribución al desarrollo socioeconómico. el colectivo de inmigrantes rumanos en la provincia de Castellón*. CeiMigra (Cuadernos de investigaciones).
- Serrano, J., Arnandis, R., & Pitarch, M.D. (2020). Análisis bibliométrico de las relaciones entre capital social, redes sociales y turismo. In Farinós, J. et al. (Eds.) *Desafíos y oportunidades de un mundo en transición: Una interpretación desde la Geografía* (pp. 359-374). Servei de Publicacions de la Universitat de València y Tiran lo Blanch.
- Serrano, J.J., & Esparcia, J. (2023). Diagnosis of Rural Development Processes Based on the Stock of Social Capital and Social Networks: Approach from E-I Index. *Land* 2023, 12(7), 850. <https://doi.org/10.3390/land12040850>
- Shortall, S. (2008). Are rural development programmes socially inclusive? Social inclusion, civic engagement, participation, and social capital. Exploring the differences. *Journal of Rural Studies*, 24, 450–457. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2008.01.001>
- Sorensen, E., & Torfing, J. (Eds.) (2007). *Theories of Democratic Networks Governance*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230625006>
- Teilmann, K. (2012). Measuring social capital accumulation in rural development. *Journal Rural Studies*, 28, 458–465. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2012.10.002>
- Valeri, M., & Baggio, R. (2021). Social network analysis: organizational implications in tourism management. *International Journal of Organizational Analysis*, 9(2), 342-353. <https://doi.org/10.1108/IJOA-12-2019-1971>
- Van der Zee, E., & Vanneste, D. (2015). Tourism networks unravelled; A review of the literature on networks in tourism management studies. *Tourism Management Perspectives*, 15, 46–56. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.03.006>



- Wasserman, S., & Faust, K. (2013). *Análisis de Redes Sociales. Métodos y Aplicaciones*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Wasserman, S., & Galaskiewicz, J. (1994). *Advances in Social Networks Analysis*. SAGE Publications.
- Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development. Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*, (27), 151-208. <https://doi.org/10.1023/A:1006884930135>
- Woolcock, M. (2000). Managing risk, shocks, and opportunity in developing economies. The role of social capital. *World Bank*, 1, 20–22.
- Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social Capital. Implications for Development Theory, Research and Policy, *World Bank Research Observer*, 15(2), 225-249. <https://doi.org/10.1093/wbro/15.2.225>



ANEXO I

Bloque 1: datos de clasificación

- 1.1. Nombre y apellidos
- 1.2. Nivel de formación
- 1.3. Tipología de su puesto de trabajo actual
- 1.4. Relación con el territorio de la Mancomunidad del Interior Tierra del Vino (MITV)
- 1.5. Conocimientos sobre la realidad demográfica, económica, de infraestructuras, servicios públicos, etc. sobre el territorio que abarca MITV
- 1.6. Mi actividad profesional está relacionada con el turismo
- 1.7. Mi entorno profesional está relacionado con el turismo

Bloque 2: Valoración del conocimiento sobre la gestión turística de la MITV

- 2.1. La estrategia turística actual llevada a cabo por la MITV en el territorio persigue unos objetivos claros y coherentes
- 2.2. La estrategia turística actual llevada a cabo por la MITV es comunicada a los actores implicados en el territorio
- 2.3. La MITV informa adecuadamente a los actores turísticos presentes en el territorio de las actuaciones que se llevan a cabo en materia turística y de su evolución
- 2.4. La MITV se caracteriza por ser una entidad abierta que fomenta la participación de actores turísticos del territorio para la mejora de la toma de decisiones
- 2.5. Puedo afirmar que poseo un conocimiento adecuado sobre la actividad turística en el territorio de la MITV
- 2.6. ¿Qué cuestiones, en relación con la gestión del turismo desde el ámbito público, considera usted esenciales para su éxito?
- 2.7. ¿En qué grado considera que estas cuestiones están presentes en la estrategia turística llevada a cabo por la MITV?

134

Bloque 3: Red de contactos

- 3.1. Indíqueme, en su opinión, qué personas (con nombre, apellido y cargo) son importantes (relevantes) para el desarrollo turístico de la MITV
- 3.2. De las personas anteriormente citadas por usted, indíqueme tres con las que tiene mayor confianza. Por ejemplo, si tuviera una dificultad profesional ¿a quién acudiría?
- 3.3. Indique para cada una de las personas que le voy a nombrar a continuación el grado de confianza
- 3.4. A menudo, profesionales, vecindario, empresariado y/o políticos se han dirigido a mí para pedirme consejo, ayuda u opinión sobre cuestiones profesionales

Bloque 4: Implicación previa en procesos participativos

- 4.1. ¿Cuál es su opinión sobre la apertura de las administraciones públicas a la participación de actores de diferente naturaleza (públicos, privados, civiles) en los asuntos públicos?
- 4.2. ¿Ha participado en procesos públicos y abiertos para mejorar cuestiones de interés general en su territorio (jornadas, talleres, seminarios, asambleas cívicas, presentaciones de planes, etc.)?
- 4.3. ¿Qué aspectos considera usted que deberían cambiar para implicarle en este tipo de estructuras de participación?



Bloque 5: Sobre la estructura

- 5.1. Indíqueme su grado de acuerdo sobre la idoneidad de crear un órgano de participación dentro de la MITV para tratar asuntos que afecten al desarrollo turístico.
- 5.2. Las personas que formen parte de esta estructura participativa deben ser elegidas por su conocimiento sobre el turismo y por su capacidad de movilizar a otras personas entidades.
- 5.3. Las personas que formen parte de esta estructura participativa no deben estar condicionadas por los procesos electorales (ser elegidas por cargos públicos)
- 5.4. El período de pertenencia a esta estructura participativa debe ser itinerante en el tiempo
- 5.5. Las decisiones que se tomen en esta estructura de participación para el desarrollo turístico deben ser vinculantes para la MITV
- 5.6. Las personas que formen parte de esta estructura participativa deben tener una compensación por su labor
- 5.7. ¿Qué tipo de compensación esperaría usted?

Bloque 6: Motivación personal

- 6.1. Considero que podría aportar propuestas y/o evaluar actuaciones relacionadas con el turismo del territorio de la MITV
- 6.2. Estaría interesado/a en formar parte de una estructura de participación para el desarrollo turístico de la MITV
- 6.3. En caso de tener inconvenientes ¿cuáles son para no poder formar parte de un equipo participativo de desarrollo turístico para la MITV?
- 6.4. ¿Qué aspectos propiciarían su compromiso para participar en este equipo de desarrollo turístico?
- 6.5. Si decidiera formar parte de esta estructura participativa ¿en qué medida considera necesaria la presencia física de las personas integrantes del equipo?
- 6.6. ¿En qué medida utiliza aplicaciones web o móvil para comunicarse con otras personas (Skype, zoom, whatsapp video,etc)?