



ISSN 1695-7121

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural  
ISSN: 1695-7121  
info@pasosonline.org  
Universidad de La Laguna  
España

## Análisis de las Partes Interesadas en la Gestión del Turismo de Reuniones en la ciudad de Aguascalientes (México) a partir de los elementos básicos del análisis de redes.

**Shaadi Rodríguez, Leticia del Socorro; Pulido Fernández, Juan Ignacio; Rodríguez Herrera, Ismael Manuel**

Análisis de las Partes Interesadas en la Gestión del Turismo de Reuniones en la ciudad de Aguascalientes (México) a partir de los elementos básicos del análisis de redes.

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 16, núm. 1, 2018

Universidad de La Laguna, España

**Disponible en:** <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88165957012>

## Análisis de las Partes Interesadas en la Gestión del Turismo de Reuniones en la ciudad de Aguascalientes (México) a partir de los elementos básicos del análisis de redes.

Analysis of Stakeholders in the Management of Meetings Tourism in the city of Aguascalientes (Mexico) from the basic elements of network analysis

*Leticia del Socorro Shaadi Rodríguez*  
*Universidad Autónoma de Aguascalientes, México*  
 lsshaadi@hotmail.com

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88165957012>

*Juan Ignacio Pulido Fernández*  
*Universidad de Jaén, España*  
 jipulido@ujaen.es

*Ismael Manuel Rodríguez Herrera*  
*Universidad Autónoma de Aguascalientes, México*  
 imrodri@correo.uaa.mx

Recepción: 13 Diciembre 2016

Aprobación: 13 Marzo 2017

### RESUMEN:

El turismo de reuniones está teniendo un acelerado crecimiento y los destinos que desean enfocarse a la vocación turística, lo han tomado como una posible estrategia de desarrollo. Sin embargo, el turismo funciona como un sistema en el cual participan diversos actores, a través de una actividad en específico. El presente estudio tuvo como objetivo la identificación de los actores involucrados en la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes, (México) y su dinámica relacional. La utilización de la teoría de las partes interesadas y la aplicación del análisis de redes, aportaron bases para analizar y evaluar a los actores implicados en la gestión de este tipo de turismo en el destino y la forma en que se relacionan, permitiendo identificar el comportamiento que tienen con respecto a la función de gestión, el cual repercute en el desarrollo del destino dentro de esta tipología de turismo.

**PALABRAS CLAVE:** turismo de reuniones, teoría de las partes interesadas, análisis de redes, actores, ciudad de Aguascalientes (México).

### ABSTRACT:

Meeting tourism is growing fast and destinations that wish to focus on tourism have taken this as a possible development strategy. However, tourism operates as a system in which various actors participate, through a specific activity. The objective of this study was to identify the actors involved in the management of meeting tourism in the city of Aguascalientes, Mexico and their relational dynamic. The use of stakeholder theory and the application of network analysis provided the basis for analyzing and evaluating the actors involved in the management of this type of tourism in the destination and the way in which they are related, allowing the identification of the behavior that they have with respect to the management function, which will have repercussions on the development of the destination within this type of tourism.

**KEYWORDS:** meeting tourism, stakeholder theory, network analysis, actors, city of Aguascalientes (Mexico).

## 1. INTRODUCCIÓN

Desde la mitad del siglo pasado, la actividad turística fue conformándose como un sector con numerosas posibilidades de desarrollo, tanto a nivel mundial como nacional. Dentro de este ámbito del turismo, una de las vertientes que ha tomado auge es el denominado turismo de reuniones por ser una importante fuente de ingresos, empleo e inversiones. La Organización Mundial del Turismo (OMT), Reed Travel Exhibitions,

International Congress and Convention Association (ICCA) y Meeting Professionals International (MPI) consideran que esta tipología turística está cobrando una relevancia cada vez mayor y se está convirtiendo en una estrategia que favorece el crecimiento de diversas economías en el mundo, dado que el turismo de reuniones es un negocio en sí mismo y como tal, apoya a otros negocios (Organización Mundial del Turismo, 2014). De igual forma Shaadi, Pulido y Rodríguez (2017:2) hacen referencia a que “el turismo de reuniones es un tipo de turismo que ha cobrado interés a nivel mundial, porque genera desplazamientos que, aun teniendo una finalidad determinada, aportan beneficios adicionales”.

En este contexto, México señala a la actividad turística en sus diversas facetas como una de las prioridades de desarrollo económico y, en el campo del turismo de reuniones, lo anterior se ve reflejado al ocupar el vigésimo segundo lugar en el ranking mundial en cuanto al número de eventos por país, de acuerdo con el reporte estadístico referente al año 2015 de la International Congress and Convention Association (ICCA), lo cual deja ver que los esfuerzos de la política turística mexicana van encaminados en gran parte a la diversificación del producto turístico favoreciendo las nuevas tendencias, como es el caso particular de esta tipología de turismo.

Como apoyo al turismo de reuniones, han surgido en México y en otras partes del mundo las Oficinas de Congresos y Visitantes (OCV) o Convention and Visitor Bureau (CVB por sus siglas en inglés) que tienen como objetivo atender las demandas de este mercado. La importancia del turismo de reuniones está generando de igual forma una relevancia de las OCV's, que trabajan para atraer visitantes a los destinos encuadrados en el segmento de reuniones, coordinándose para ello, con varios actores del sector turístico que les proveen de servicios.

Es importante considerar, que las políticas establecidas para regir el impulso del turismo, deben estar exentas de la improvisación, por tanto, el proceso de planificación viene a constituirse como un instrumento que permite concebir las formas eficientes de utilización de recursos y de implementación de acciones, para alcanzar los objetivos relacionados con los lineamientos marcados por la administración pública. Además de una planificación efectiva, la actividad turística conlleva una serie de relaciones entre diversos actores involucrados en su administración, quienes deben de realizar un trabajo colaborativo y en conjunto que los induzca a consolidar estrategias de desarrollo para el destino. Analizar y entender cómo son esas relaciones y cómo están estructuradas, permite que la conducción del turismo sea ágil y se logren metas de crecimiento, ya que la desarticulación entre estos actores puede entorpecer la gestión del destino, independientemente del tipo de turismo al que éste encamine sus esfuerzos, por lo que es apreciable el análisis de las partes interesadas en esta actividad para identificar, sobre todo, a los actores clave en la función gestora del turismo en una localidad.

La ciudad de Aguascalientes, cuya trayectoria turística ha estado centrada por poco más de 18 décadas en el producto turístico denominado *Feria Nacional de San Marcos*, ha buscado alinearse a la política turística del país, generando diversidad en el ámbito del turismo local, comenzando a orientar la planificación de este con un enfoque hacia el turismo de reuniones (Shaadi *et al.*, 2017), ya que el crecimiento empresarial que ha presentado esta ciudad en los últimos años, está propiciando una nueva vocación encaminada a este tipo de turismo. Por tanto, el Gobierno del Estado de Aguascalientes ha establecido en sus planes de desarrollo turístico, objetivos en los cuales se plasma su interés por impulsar el turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes, por ser ésta la capital del estado y en la cual se concentran la mayoría de las actividades económicas. Y, aunque el impulso al mencionado turismo de reuniones en este destino puede abrir paso a diferentes líneas de investigación, surge la inquietud en este estudio, por reflexionar acerca de algunas preguntas clave relacionadas con la dinámica relacional de quienes planifican y gestionan esta tipología turística: ¿Quiénes son los actores que intervienen en la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes?, ¿Existe una dinámica relacional entre estos actores?, ¿Cuáles son las razones que inducen a estos actores a mantener una relación entre ellos?

Partiendo de las preguntas anteriormente planteadas y de que los actores involucrados en la gestión del turismo de reuniones deben realizar una labor cooperativa y vinculada que los lleve a consolidar este tipo de turismo como una estrategia de promoción al desarrollo turístico de un destino, se plantea la siguiente hipótesis de trabajo: “El desarrollo del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes está limitado por la falta de una dinámica relacional entre los actores involucrados en la gestión de este tipo de turismo”

El objetivo central de este estudio que permita lograr la comprobación de la hipótesis planteada será el de identificar a aquellos actores involucrados en la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes, así como describir los principales atributos que definen la dinámica relacional que existe entre ellos.

El desarrollo de un destino en el ámbito de la actividad turística, está determinado en buena medida por las relaciones que existan entre los actores que se incluyen en ésta, es decir, el desarrollo turístico está relacionado con la voluntad que tengan los actores de trabajar de manera coordinada y conjunta en cada una de las acciones que implica un proceso de planificación y gestión del turismo (Merinero y Pulido, 2009).

Así entonces la conveniencia de este trabajo es realizar una investigación que aporte elementos para identificar a las partes interesadas en el proceso de gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes así como para conocer las características que particularizan la dinámica de las relaciones que se producen entre ellos, de tal forma que partiendo de esta información se puedan establecer o mejorar estrategias de vinculación y contribución entre actores involucrados para incrementar la efectividad en la realización de sus funciones.

El llevar a cabo este estudio tiene ciertas implicaciones prácticas, ya que la gestión de cualquier destino y cualquier tipo de turismo que se quiera impulsar, requieren del trabajo que realizan las personas que en ellos se desempeñan y, el no evaluar cómo se encuentran las relaciones operativas y de mando, la disposición al trabajo o a la ayuda mutua, influye directamente en el crecimiento y desarrollo de los destinos y de los distintos tipos de turismo, sobre todo en destinos emergentes que inician su relación con el ámbito del turismo.

## 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Los destinos turísticos son difíciles de manejar dadas las complejas y diversas relaciones que se dan entre distintos actores tanto del sector público como del privado. La falta de coordinación y cohesión dentro de la industria turística es un problema para los planificadores y gestores del destino (Jamal y Getz, 1995), y la relevancia que está tomando el turismo en las últimas décadas está generando el interés por analizar a las partes interesadas como fundamento de la gestión estratégica de destinos turísticos (Sheehan y Ritchie, 2005), ya que todo proyecto turístico que se pretenda impulsar, implica relaciones entre diversos actores que pueden participar en la planificación y que a su vez se ven afectados en el proceso mismo del desarrollo del turismo (Medeiros de Araujo y Bramwell, 1999). Las relaciones formales e informales que se generan entre los sectores público y privado son cada vez más importantes en la planificación y gestión de la actividad turística y tienen un efecto considerable en el destino, al favorecer la toma de decisiones y la comercialización y disminución de conflictos que a la larga pueden perjudicar al destino en cuestión (Dredge, 2006; Line and Wang, 2016; Pulido, 2010).

Matías y Pulido (2012) y Merinero (2010) concuerdan en que la interacción constante y fácil entre los diversos actores involucrados en una determinada actividad a realizarse en un destino y las características de las relaciones que surgen entre estos actores, tienen un estrecho vínculo con el nivel de desarrollo turístico de un destino. Por su parte, Martí y Lozares (2008) señalan que, el objetivo de analizar el desarrollo local y demostrar cómo el capital social, conformado por una serie de relaciones e interacciones entre los diferentes actores, determinan las circunstancias y orientación de ese desarrollo, dan lugar a una de las aplicaciones de la metodología de análisis de redes.

El turismo de reuniones es una actividad que, por el hecho de englobar distintas tipologías de eventos (convenciones, congresos, exposiciones y viajes de incentivo), conlleva la formación de relaciones entre individuos y organismos vinculados de una u otra forma con el sector turístico y, por lo tanto, requiere de un trabajo coordinado entre las partes interesadas en su desarrollo. Sin embargo, aunque mucho se habla en la literatura de cómo gestionar y analizar a las partes interesadas en un destino turístico, en el ámbito específico del turismo de reuniones, poco se ha reflexionado acerca de la importancia que deben tener las relaciones entre las OCV's y un conjunto de grupos de interés en esta tipología (Jago y Deery, 2005; Lee, Lee y Jones, 2016), donde las OCV's han venido a constituirse como un apoyo a los actores participantes en el turismo de reuniones (alojamiento, transportación, servicios de viaje, restauración y recreación) que aportan sus recursos y comparten sus experiencias para desarrollar productos y servicios que no podrían ofrecer solos (Maurer, 2010). Lee *et al.* (2016), basados en la teoría de las partes interesadas, establecen un modelo para examinar la interrelación que existe entre las OCV's y los grupos de interés mediante la caracterización de una serie de factores como la información, el conflicto con los objetivos y la interdependencia y, al mismo tiempo, este modelo les permite identificar que tan efectivas son las acciones que lleva a cabo una OCV desde la perspectiva de los partes interesadas. Estos autores también señalan que la interrelación entre las OCV's y los grupos de interés de un destino con enfoque al turismo de reuniones, es un factor crítico para el desempeño de los mismos grupos de interés. Son relaciones necesarias que, en gran medida, determinan a través de su estructura, de sus flujos de información y de sus vínculos, los resultados que se obtengan en la gestión del destino (Scott, Cooper y Baggio, 2008). El rol de colaboración que juegan las OCV's con otros actores interesados, es un aspecto que no puede pasar desapercibido, pues, para que el destino sea competitivo en esta clase de turismo, hay que integrar los recursos con los que este cuenta (Wang, 2007) y hay que trabajar en conjunto con organismos y empresas (DMO, por sus siglas en inglés Destinations Meetings Organizers) que se constituyen en actores que afectan o son afectados por el desempeño de quienes gestionan el destino (Sheehan y Ritchie, 2005).

Para examinar las relaciones que se dan entre estos actores, el análisis de redes sociales provee los métodos y herramientas para comprender su estructura y el patrón que siguen estos lazos (Casanueva, Gallego y García, 2014). Diversos estudios como los realizados por Casanueva *et al.* (2014); Corral, Rodríguez, Vargas y Canovés (2015); De Filippo, Morillo y Fernández (2008); Maya y Holgado (2005); Merinero y Pulido (2009); Molina, Capó, Tomás y Expósito (2012); Pulido (2010); Vargas y Rodríguez (2011); Vargas y Rodríguez (2014), han hecho uso del análisis de redes, para explicar y entender las relaciones que se generan entre las partes interesadas del objeto de investigación y del programa UCINET 6 disponible en <http://site.s.google.com/site/ucinetsoftware/downloads> y diseñado por Borgatti, Everett y Freeman (2002), para que por medio de gráficos se muestren las características de una red de actores, de cómo son sus relaciones o de la posición que guardan entre ellos.

La utilidad que se ha encontrado en la teoría de las partes interesadas y el análisis de redes sociales, ha repercutido de manera favorable en la investigación aplicada al campo del turismo, ya que ha permitido comprender mejor el funcionamiento del sistema turístico pero, su aplicación en el ámbito del turismo de reuniones para explicar las relaciones existentes entre los organismos enfocados a su gestión, ha sido reducida. En México, y específicamente en la ciudad de Aguascalientes en lo referente al turismo de reuniones, no se ha realizado una aplicación de la teoría de las partes interesadas ni del análisis de redes sociales en estudio alguno.

## 2.1 Teoría de las partes interesadas

Una adecuada gestión, ya sea de una empresa privada o de una institución pública, radica en parte en las relaciones entre la organización y sus actores involucrados. Estas relaciones son uno de los aspectos centrales del desarrollo ya sea de manera individual o grupal, empresarial o de destinos, en el caso particular del turismo.

La teoría de las partes interesadas (traducción del término *stakeholder*), “es una teoría que surge para analizar la administración y gestión de una organización, identificando a las partes que intervienen en ella y que coordinan y manejan los intereses de otras partes involucradas en los procesos” (Freeman, Harrison, Wicks, Parmar, De Colle, 2010:31). Starik (1994 en Lee *et al.*, 2016) adopta este concepto pero, sugiriendo que las partes interesadas son un grupo que puede ser influenciado por las actividades de una organización o pueden ser potenciales factores de influencia. Esta teoría es considerada por Donaldson y Preston (1995) y Mitchel, Agle y Wood (1997) como una estrategia para describir el ambiente de gestión que prevalece en una organización y los atributos de las relaciones que caracterizan a las partes interesadas, las cuales pueden ser desde los propietarios, gobierno, clientes, áreas de primer nivel como las financieras y contables hasta los empleados operativos y la comunidad. Al identificar estas relaciones, se pueden determinar las responsabilidades de cada una de las partes y los efectos de sus acciones (Freeman *et al.* 2010). Conocer las implicaciones de cada una de las acciones efectuadas y decisiones tomadas por las partes que conforman la cadena de valor de una actividad, involucra considerar las responsabilidades sociales de las corporaciones (CSR por sus siglas en inglés Corporate Social Responsibility) que pueden afectar a la comunidad. La teoría de las partes interesadas muestra que el desarrollo de las empresas no debe ser influenciado solo por los agentes que tienen el poder de tomar decisiones, sino también considerar a otros grupos fuera de ella, tales como la sociedad, los profesionistas, académicos, entre otros (Barrena, López y Romero, 2015).

Su aplicación se ha ido diversificando en distintas disciplinas como la sociología, finanzas y contaduría, solo por mencionar algunas (Freeman *et al.* 2010) y fue utilizada por primera vez en 1963 por el Stanford Research Institute para identificar a aquellos grupos o personas que son de importancia vital para la existencia de una organización.

Dentro de la actividad turística, la teoría de las partes interesadas es una herramienta que está siendo de gran utilidad, al permitir identificar a los actores que participan en la planeación y gestión de un destino y caracterizarlos a través de los atributos que poseen, de las acciones que realizan y de las decisiones que toman, las cuales pueden afectar positiva o negativamente al destino donde se realice la actividad turística tratando de evitar conflictos que detengan su progreso. Pero no sólo es necesario identificarlos y caracterizarlos, se requiere conocer cómo son esas relaciones, cómo se relacionan entre ellos, para que se vinculan y que tipo de información se transmiten entre ellos, de ahí que resulte de gran utilidad el uso del análisis de redes (AR).

## 2.2 Análisis de redes

El proceso por el que ha pasado el análisis de redes sociales (ARS por sus siglas en inglés Social Network Analysis), en los últimos tiempos ha permitido que se logre comprender la dinámica social que se presenta entre individuos y organismos, por lo que ha sido aplicada en el campo de estudio de las ciencias sociales de forma amplia. Esta herramienta teórico#metodológica tuvo sus orígenes a partir del siglo XIX según Freeman (2012), pero fue hasta la década de los años 70 y 80 en las que se produjeron numerosas investigaciones relacionadas con el tema de las redes sociales (Lozares, 1996). De igual forma, “otras disciplinas y teorías como la psicología social, la de campo, la sociometría de Moreno (1934) y la dinámica de grupos, en conjunto con la teoría de grafos han contribuido al desarrollo del análisis de redes” (Requena, 2003:497).

El análisis de redes sociales también es conocido como análisis estructural y es considerado un instrumento para medir y analizar las estructuras sociales que puedan surgir de las relaciones entre diversos actores sociales (Sanz, 2003).

Una red se define como “un tipo de relación específica que une un conjunto definido de personas, objetivos y hechos, definiendo a éstos como actores o *nodos*” (Rodríguez, 2005:22). Así pues, se puede decir, que quienes participan en la gestión de un destino, como puede ser el caso de entes de gobierno, prestadores de servicios turísticos, residentes de la comunidad u otro tipo de organismos, se consideran nodos que están vinculados en relación al producto turístico que se ofrece en determinada localidad.



Las redes sociales se pueden definir a través de una serie de características tales como tamaño, densidad, vínculos, dispersión, con las cuales puede conocerse su dinámica y funcionamiento (Ávila y Madariaga, 2012; Slusky, 1996).

Para Requena (1991:39#40), las redes tienen cuatro elementos básicos:

1. Los actores, ya sea individuales o colectivos, que dentro de una red actúan principalmente como emisores o receptores (de información, ayuda, consejos, medios materiales, etc), son el elemento constitutivo de la red.
2. Los vínculos, o nexo de unión entre los diferentes actores. Son el elemento relacional de la red (...).
3. La centralidad. No todos los actores tienen la misma fuerza de comunicación, es decir, emisora o receptora (de información, ayuda, etc.) sino que ésta varía en función de la localización que tenga el actor dentro de la red y del tipo de vínculos existentes con otros actores (...).
4. El tipo de relación es el que determina principalmente la función particular de una red concreta. Está determinado por la clase de información que se trasvasa entre los actores.

Para analizar de manera profunda una red social pueden ser aplicados los conceptos propuestos por Arriagada, Miranda y Pavés (2004) en su metodología de diagnóstico de redes sociales, los cuales se recogen en la Tabla 1.

TABLA 1  
– Conceptos de la Metodología de Diagnóstico de Redes Sociales

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Red Social	Conjunto de actores y sus relaciones.
Nodos	Representan gráficamente a los actores o agentes de una determinada red social.
Ego	Nodo al que se está refiriendo.
Actores / agentes	Individuos y unidades sociales colectivas (organizaciones y grupos)
Unidad de análisis	<p>Red egocentrada: se obtiene información sobre las relaciones sociales de la persona (ego) con otros actores.</p> <p>Redes grupales: pueden recogerse datos sobre las relaciones entre individuos de un determinado grupo, la relación entre un subgrupo con otro subgrupo de la red.</p> <p>Eventos u ocasiones sociales: para recoger información sobre redes de afiliación o membresía, la unidad de análisis es generalmente un evento. El investigador selecciona eventos u ocasiones sociales, y para cada evento se obtienen información de los actores que han participado en él.</p>
Lazos sociales	Vínculos establecidos entre actores. En una red social, los agentes están conectados unos a otros mediante lazos sociales.
Tipos de vínculos	<p>Remite a la multiplicidad de los vínculos y al tipo de relación que los define.</p> <p>Ejemplo: relaciones de negocios, familiares, de amistad, barriales y otras.</p>
Fuerza de los vínculos	<p>Intensidad o frecuencia de los vínculos sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Lazos débiles: son importantes para transmitir información, producir coordinación y acción conjunta y conectar a diferentes actores.</li> <li>– Lazos fuertes: los vínculos fuertes están más asociados al control y la jerarquía.</li> </ul>
Tamaño	<p>Cantidad de vínculos de todos los individuos de la red de la unidad de análisis.</p> <p>El tamaño define la complejidad de las redes. Las redes simples tienen pocos vínculos, las más complejas presenta una gran cantidad de lazos sociales.</p>
Conectividad	Proporción de vínculos existentes dentro de una red social y el número de todas las posibles conexiones que pueden establecerse entre el total de nodos de la red.
Densidad	<p>Descripción del nivel general de vinculación entre los agentes de una red.</p> <p>Mientras más actores están conectados unos a otros, más densa será la red.</p>
Distancia	Pasos necesarios para recorrer la longitud entre un actor y otro. Mientras más vínculos necesite un nodo para llegar a otro actor más distante se encuentra.
Cohesión	Relacionada a los lazos sociales concentrados en el interior de un grupo, de carácter fuerte, directo y frecuente en comparación con los lazos establecidos con los no miembros del grupo.
Centralidad	La medición de la centralidad dentro de una red permite identificar la prominencia de un actor o grupo enclavado en su interior. Las medidas de centralidad varían según la definición que se tenga de ella.

Fuente: Arriagada et al. (2004: 54).



El álgebra matricial y los grafos son utilizados como una técnica para analizar los elementos y conceptos básicos de una red y poder comprender de una forma objetiva como se comportan los actores en su entorno habitual de desempeño (Sánz, 2003).

### 3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Planteamiento metodológico

Esta investigación ha sido planteada con un alcance de tipo exploratorio y descriptivo, ya que se desea identificar a los actores que intervienen en la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes, así como describir la dinámica relacional que existe en sus relaciones.

Se llevó a cabo una revisión de literatura especializada acerca de aspectos teóricos y estudios enfocados a la teoría de las partes interesadas y análisis de redes, con la finalidad de obtener información con la cual esbozar un esclarecimiento acerca del uso de estas herramientas metodológicas aplicadas en general a la gestión de destinos turísticos y también, para analizar lo referente a las relaciones que se generan en la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes y que tienen una repercusión en el desarrollo de éste en la localidad.

El diseño de esta investigación fue no experimental, ya que para obtener información en torno a los actores involucrados en la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes, fueron consultadas fuentes primarias de la unidad de análisis determinada.

El estudio es de tipo transversal exploratorio y descriptivo, pues la información ha sido recabada en un momento único para indagar quiénes son los actores involucrados en la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes y para describir las relaciones que privan entre ellos.

#### 3.2 Unidades de análisis y recolección de datos

Se determinaron como unidades de análisis, para la obtención de información, a las instancias del sector público y privado que resultasen involucradas en la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes, recurriéndose en primera instancia a la Oficina de Congresos y Visitantes (OCV) para adquirir información inicial, de la cual se derivara la identificación de otros actores interesados tanto del sector público como del sector privado.

Para la recolección de información que permitiera analizar las relaciones que guardan las partes interesadas en la gestión del turismo de reuniones, se recurrió a la aplicación de una entrevista semiestructurada al Director de la OCV, por ser este el informante inicial, la cual constaba de tres secciones: la primera referente a datos generales del actor, la segunda relativa a información de atributos del actor y la tercera configurada con 12 cuestionamientos: 5 referentes a la obtención de datos para contextualizar a la OCV y los otros 7 relativos a la obtención de información sobre los vínculos con otros actores.

Derivado de esta entrevista, fueron identificados otros actores como partes interesadas en la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes, a los cuales se les solicitó responder, vía correo electrónico, a un cuestionario estructurado con tres secciones: la primera, relativa a información general, la segunda, referente a la información de atributos y la tercera, para obtener información de vínculos mediante la respuesta a 14 preguntas. En ambos casos se hizo énfasis a las personas encuestadas de que el tratamiento de la información proporcionada, sería únicamente con la finalidad de cumplir con objetivos de tipo académico, sin verse ellas perjudicadas en ningún momento por su participación al proveerla.

### 3.3 Metodología

Dado el objetivo establecido para este estudio, se determinó identificar a las partes interesadas o actores y examinar sus relaciones a través del análisis de redes con base en los siguientes atributos: *actores, tamaño, densidad, centralidad, vínculos, tipo de relación y fuerza de los vínculos*, tomados a partir de la revisión de la literatura. Se procedió por tanto, a identificar en primer lugar, a los actores que intervienen en la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes, elaborándose una tabla para la concentración de estos datos.

Para facilitar el manejo de la información y dado que, de los actores identificados la mayor parte corresponde a empresas prestadoras de servicios, se procedió a conjuntarlas en un solo grupo denominado Destination Meetings Companies (DMC por sus siglas en inglés).

Para valorar la información obtenida en la recolección de datos en referencia a los demás elementos de análisis y evaluar así las relaciones que guardan los actores como partes interesadas en la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes, se utilizaron matrices con datos binarios generados en UCINET 6 versión 6.623, que posteriormente se representaron mediante gráficos obtenidos a partir del software NetDraw 2.160 (Disponible en <http://sites.google.com/site/ucinetsoftware/downloads>).

## 4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

### 4.1 Identificación de actores

El análisis de resultados presenta en primer término, la identificación de los actores involucrados en la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes.

A partir de los datos proporcionados por el Director de la OCV como informador inicial, se obtuvo la identificación de otros actores. De esta entrevista surgieron 24 actores relacionados con la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes o que guardan un interés con esta actividad, pertenecientes a los sectores, público y privado, los cuales se muestran en la Tabla 2.

TABLA 2

– Actores identificados en la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes

ACTORES IDENTIFICADOS
<p>*Gobierno del Estado de Aguascalientes</p> <p>*Comité Técnico conformado por:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Secretaría de Finanzas</li> <li>· Secretaria de Turismo del Estado de Aguascalientes</li> <li>· Presidente de la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Aguascalientes <ul style="list-style-type: none"> <li>• Representante de los Hoteles de 5 estrellas</li> <li>• Representante de los Hoteles de 4 estrellas</li> <li>• Representante de los Hoteles de 3 y 2 estrellas</li> </ul> </li> </ul> <p>*Gerente de la Asociación de Mexicana de Hoteles y Moteles de Aguascalientes.</p> <p>*Empresas prestadoras de servicios (Destination Meetings Companies, DMC, por sus siglas en inglés):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agencia de Viajes Receptora ASITUR</li> <li>• Agencia de Viajes Receptora Meshico</li> <li>• System Tour Operador Turístico</li> <li>• Transportes Autoclass</li> <li>• Transportes MAVITurismo</li> <li>• Banquetes Braut innovaeventos</li> <li>• Corporativo Visions</li> <li>• Focaccia</li> <li>• Grupo Corporativo Cóndor</li> <li>• La Castaña</li> <li>• La Marquesa</li> <li>• Los Olivos</li> <li>• XPO SEDDE</li> <li>• FICOTRECE (Fideicomiso Tres Centurias)</li> <li>• Patronato de la Feria Nacional de San Marcos</li> <li>• Fideicomiso de la Isla San Marcos Centro de Exposiciones y Convenciones</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia a partir del Director de la OCV y de página oficial de la OCV. Disponible en: <http://ocvaguascalientes.com/>. Acceso 20 de septiembre de 2016.

De los actores anteriores que junto con la OCV forman la totalidad de las partes interesadas identificadas para la gestión del turismo de reuniones, el Gráfico 1, exhibe que los nodos marcados con círculo corresponden al sector público equivalente al 40% del total de la red y que los nodos cuadrados corresponden al sector privado perteneciéndole el 60% del total. Lo anterior se puede interpretar como una falta de interés de otros organismos gubernamentales por participar en el desarrollo y gestión del turismo de reuniones, pero se debe de considerar que la ciudad de Aguascalientes, es un destino emergente en relación con esta tipología de turística. Con respecto al sector privado, éste tiene un buen porcentaje de participación, sin embargo, aun así es reducido el número de actores, pues el sistema turístico no sólo lo conforman los sistemas de alojamiento, sino toda una gama de servicios que se requieren para que se genere adecuadamente la actividad.

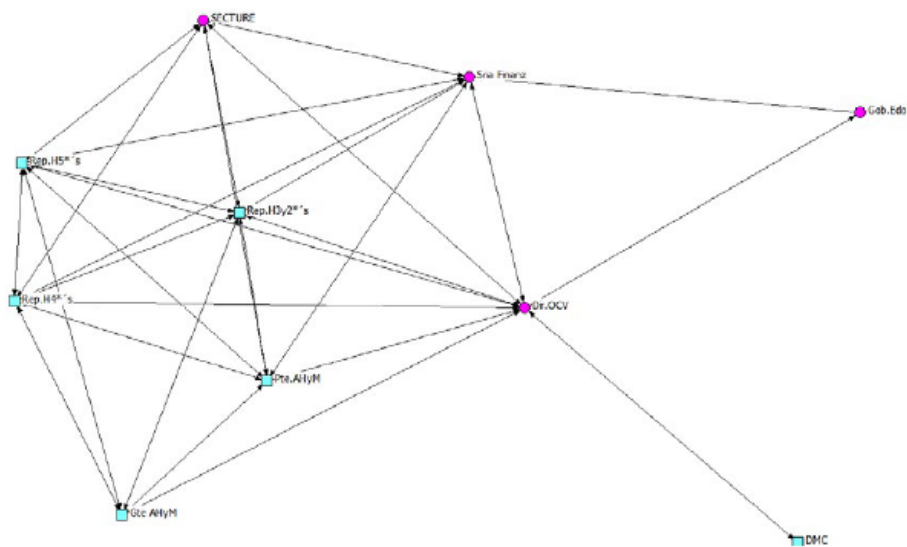


GRÁFICO 1

Atributo de los actores de la red referente al sector al que pertenecen.

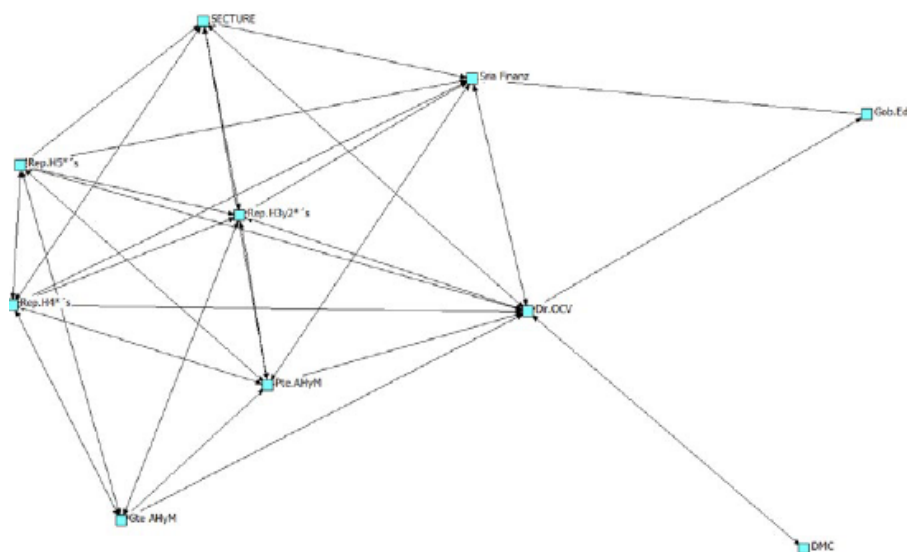
Fuente: Elaboración propia. Representación gráfica obtenida de NetDraw 2.160.

Los instrumentos de recolección de datos se aplicaron a los 25 actores identificados, respondiendo al instrumento de entrevista semiestructurada el Director de la OCV y al instrumento de cuestionario solo 14 de ellos. El hecho de que sólo se haya obtenido respuesta para contestar el cuestionario por parte de este número de actores, no significa que la información recabada presente sesgo alguno, ya que de ellos respondieron en su totalidad, es decir el 100%, los actores pertenecientes al sector público (3) y de los 21 restantes y pertenecientes al sector privado respondieron 11 de ellos, lo que significa un porcentaje del 52,38%.

## 4.2 Tamaño y densidad de la red

Para iniciar el análisis de la dinámica relacional de los actores involucrados con la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes se creó una matriz cuadrada e idéntica (mismos nombres en filas y columnas) donde se estableció a través de datos binarios (1=si tienen relación, 0=no tienen relación) las relaciones entre cada actor entrevistado y el universo de partes interesadas proporcionada por la fuente primaria.

Mediante la utilización del software UCINET 6 versión 6.623 se estructuró una matriz normal, es decir, considerando tanto los flujos unidireccionales como los bidireccionales dentro de la red. A partir de estos datos y utilizando el software NetDraw versión 2.160 se generó el Gráfico 2, donde se puede observar que el *tamaño de la red* es de 10 nodos, generándose 56 relaciones entre ellos de 90 relaciones lógicamente posibles, lo que da la pauta para determinar que es una red simple, nada compleja.



**GRÁFICO 2**  
**Tamaño y relaciones generadas entre actores interesados en la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes.**

Fuente: Elaboración propia. Representación obtenida de NetDraw 2.160.

Partiendo del tamaño de la red, se calculó la *densidad* de ésta, con la finalidad de poder observar hasta qué punto la red puede alcanzar todo su potencial. El resultado que se obtuvo de densidad de la red fue del 62.22%, lo que indica que existe una alta conectividad en la misma, ya que a través del Gráfico 2 se puede apreciar que 9 de los nodos se vinculan entre sí, y sólo uno de ellos tiene conectividad con un único actor.

### 4.3 Centralidad de la red

Analizando el grado de *centralidad* de la red, en función del número de relaciones que tiene ésta, se observa que el nodo “Dir.OCV” tiene 9 contactos directos con otras partes interesadas, es importante resaltar el hecho de que este actor a pesar de no formar parte del Comité Técnico para el turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes, depende directamente de la Secretaría de Finanzas, que es uno de los integrantes de este Comité Técnico, lo que facilita su relación con los demás nodos. Asimismo, el grado de entrada, es decir, el número de relaciones referidas hacia un actor en particular, posiciona al nodo “Dir.OCV” como el actor central de esta red. También hay que resaltar que el grado de centralidad de salida es del 100%, al igual que el índice de entrada, lo que significa que un solo actor, en este caso el “Dir.OCV”, tiene el control de la red, ya que ninguno de los otros actores tiene más de 9 relaciones con otros nodos. La media de relaciones por nodo es de 5.600, es decir, casi 6 relaciones por persona, esto además deja ver un alto número de menciones en la red, pues todos los actores mencionaron a otro de ellos. La desviación estándar es, en el grado de entrada, de 2.289 y, en el de salida de 2.577, lo que indica que se encuentra alejada de la media y por lo tanto existe una baja dispersión en las menciones de actores.

En la Tabla 3 se especifica con mayor claridad, que el nodo 1 es el actor central de la red, seguido de los nodos 7, 8, y 9, sin que esto signifique que absorban la toma de decisiones de la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes.

El grado de intermediación muestra cuál actor funge como puente entre las relaciones con otros actores. El software UCINET 6, indicó que el nodo número 1 (Dir.OCV) es el actor puente con un 27.65%, siguiéndole los actores 5, 7, 9 y 8 con porcentajes menores, quedando otros actores con valor de 0%. El porcentaje del

nodo 1, es alto, lo cual significa que este actor (Dir. OCV) es difícil de alcanzar (directa o indirectamente) por los otros actores.<sup>5</sup>

TABLA 3  
– Índices de Centralidad de la red de los actores relacionados con  
la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes

Núm.	Actor	Centralidad de salida	Centralidad de entrada
1	Dir. OCV	9	9
7	Rep. H5 *'s	7	7
8	Rep. H4 *'s	7	7
9	Rep. H3 y 2 *'s	7	7
5	Sria. De Finanzas	6	6
6	Pte. A H y M	6	6
10	SECTURE	6	6
3	Gte. A H y M	5	4
2	Gob. Edo.	2	1
4	DMC	1	1

Fuente: Elaboración propio a partir de datos obtenidos por UCINET 6 versión 6.623

El índice de centralidad de la red, tanto en su grado de entrada, como en el de salida quedó en 41.97%, lo que indica que no son varios los actores a cargo de la gestión del turismo de reuniones, de igual forma, esta afirmación está soportada por el grado de intermediación, que es de 37.42%, el cual es alto.

#### 4.4 Vínculos y tipo de relación

Otros aspectos evaluados en la red fueron los *vínculos* y el *tipo de relación* que se generan entre las partes interesadas. Los *vínculos* que se establecen entre los nodos o actores identificados, corresponden en un 30% a la gestión, en un 20% por trabajo operativo, el 40% muestra vinculación tanto por la gestión como por el trabajo operativo, mientras que el 10% restante se vincula por gestión, trabajo operativo y comunicación de la información. Partiendo de estos resultados se puede determinar que la gestión es el *tipo de relación* predominante entre los actores debido a los vínculos o nexos existentes. La gestión por tanto determina la función particular de esta red en concreto. Tanto los vínculos como el tipo de relación predominante por el número de nexos que se establecen entre actores a través de ella, pueden ser apreciados en el Gráfico 3.



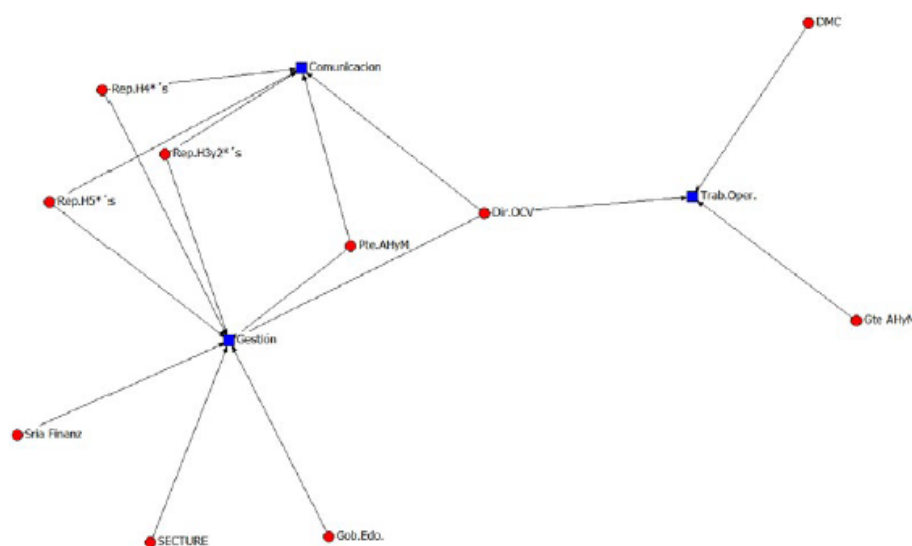


GRÁFICO 3  
Vínculos y tipo de relación entre los actores interesados en la  
gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes.

Fuente: Elaboración propia. Representación gráfica obtenida de NetDraw 2.160.

Se identifica claramente que el control en cuanto a la gestión del turismo de reuniones, se centra en el Comité Técnico para el Turismo de Reuniones de la ciudad de Aguascalientes, conformado por los actores mencionados en la Tabla 2, y del cual forman parte 6 de los actores, no perteneciendo a éste, Gobierno del Estado (Gob.Edo) y el director de la OCV (Dir.OCV), aunque éstos últimos también toman parte en el control de la gestión. De estos 6 actores, 4 de ellos participan en el traspaso de información y sólo uno de los actores (Dir. OCV) participa de los tres tipos de relación, Esto concuerda con la información del atributo de centralidad, pues el nodo 1 (Dir.OCV), sigue apareciendo como uno de los actores medulares en la gestión del turismo de reuniones.

#### 4.5 Fuerza de los vínculos

Otro análisis llevado a cabo fue el referente a la *fuerza de los vínculos* que presentan los actores, la cual se puede reflejar en la *intensidad* que tienen en sus lazos y por consecuencia en la *frecuencia* de contactos que se tienen por esos lazos establecidos. La *intensidad* de la red se constituyó a partir del grado de importancia que tiene el nodo para:

- transmitir información.
- conectar a otros actores y coordinarlos.
- controlar la actividad debido a su nivel jerárquico.

Los *vínculos fuertes* asociados al control de la actividad se presentaron en los siguientes actores: Secretaría de Finanzas (Sria.Finanz), SECTURE (Secretaría de Turismo del Estado de Aguascalientes) y Gobierno del Estado (Gob.Edo), siendo los dos primeros integrantes del Comité Técnico para la gestión del turismo de reuniones. En cuanto a la transmisión de información y la función de conectar a otros actores y coordinarlos, quedó establecido el lazo exclusivamente con el Director de la OCV (Dir. OCV), quedando fuera de la red los demás actores, incluso los que forman parte del Comité Técnico para el Turismo de Reuniones, de los cuales se podría pensar que por pertenecer a este organismo deberían tener lazos fuertes con los tres nodos que aparecen vinculados por tener el control de la actividad. Todo lo anterior se puede apreciar en el Gráfico 4.



GRÁFICO 4

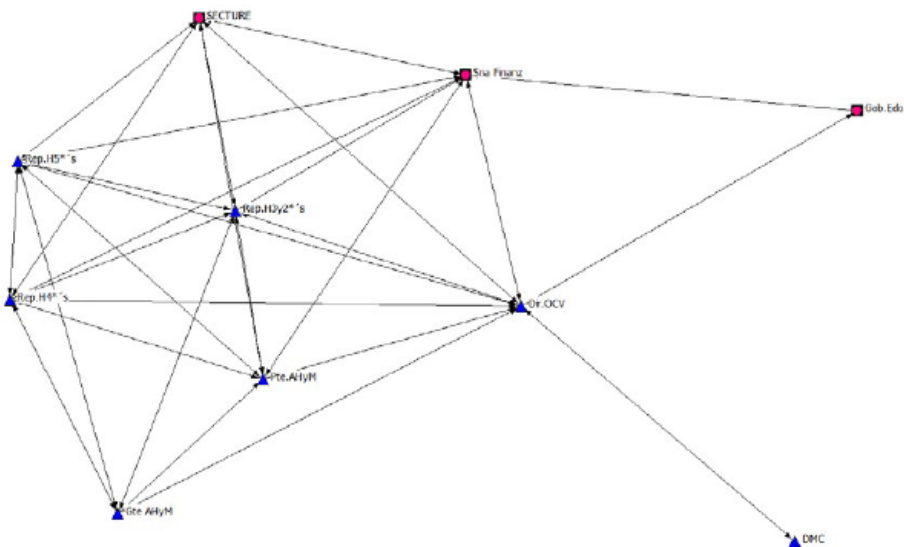
### Intensidad de los vínculos de los actores en la gestión del turismo de reuniones.

Fuente: Elaboración propia. Representación gráfica obtenida de NetDraw 2.160.

La *frecuencia* por su parte indica si el grupo o individuo se reúne con otros actores de manera sistemática o si sus lazos sociales son fuertes o débiles, lo cual está estrechamente relacionado con la intensidad de los vínculos existentes en la red. Si un individuo o grupo se reúne constantemente, se deduce el interés por trabajar en la gestión del destino, por el contrario, si solo lo hace de manera condicional, se puede interpretar que no hay un interés particular para ello. En el caso exclusivo de esta red, los nodos que presentaron relación referente a la gestión, tienen vínculos que son poco frecuentes, pues se reúnen una vez al mes, esto corresponde al 80% de los actores, mientras que los nodos vinculados con el trabajo operativo, o sea el 20% restante, se reúnen ocasionalmente.

## 4.6 La toma de decisiones en correlación con vínculos, tipo de relación y fuerza de los vínculos

Analizando comparativamente el atributo de la toma de decisiones por los vínculos y el tipo de relación que establezcan, con la intensidad en la fuerza de los vínculos que tienen los actores, se obtiene de él, que a pesar de que el nodo del “Dir. OCV” está presente en los tres tipos de vínculos existentes en la red (gestión, trabajo operativo y comunicación) (Gráfico 3), no está asociado al control de la actividad sólo a la coordinación del trabajo y a la transmisión de la información (Gráfico 4). Esto también queda de manifiesto en el Gráfico 5, ya que la toma de decisiones queda centrada en los nodos que tienen control de la actividad: Sria. Finanz, SECTURE y Gob. Edo. (marcados en la red con círculo en caja) y la OCV y el resto de los actores quedan fuera de la toma de decisiones (marcados en la red con un triángulo).



**GRÁFICO 5**  
**La toma de decisiones como atributo de los actores de la red**  
Fuente: Elaboración propia. Representación gráfica obtenida de NetDraw 2.160

#### 4.9 Relación del vínculo con la función que realizan los actores

Con respecto al tipo de función que realizan los actores, se puede apreciar en el Gráfico 6 que el 60% de los nodos llevan a cabo una función específica (círculos), como es el caso de los representantes de los hoteles de 5, 4, 3 y 2 estrellas, el Gerente de la Asociación de Hoteles y Moteles, el Director de la OCV y el conjunto de empresas prestadoras de servicios englobadas en este estudio en las siglas DMC, mientras que el 40% realiza una función genérica como lo son la SECTURE, la Secretaría de Finanzas, Gobierno del Estado y el Presidente de la Asociación de Hoteles y Moteles (cuadrados). Al hacer una correlación con los tipos de vínculos que existen entre los actores, se puede analizar que los 4 actores que realizan una función de tipo genérica, gestionan el turismo de reuniones en el destino, mientras que el resto de los actores, que de una u otra forma son prestadores de servicios turísticos, se dedican en su mayoría a operar, lo que concuerda con el tipo de función específica que realizan. Solo un actor presenta una estructura un tanto compleja, tal es el caso del Director de la OCV, que realiza una función específica, no es prestador de servicios turísticos, pero participa en la red, tanto en la gestión, como en la operación y en la comunicación.

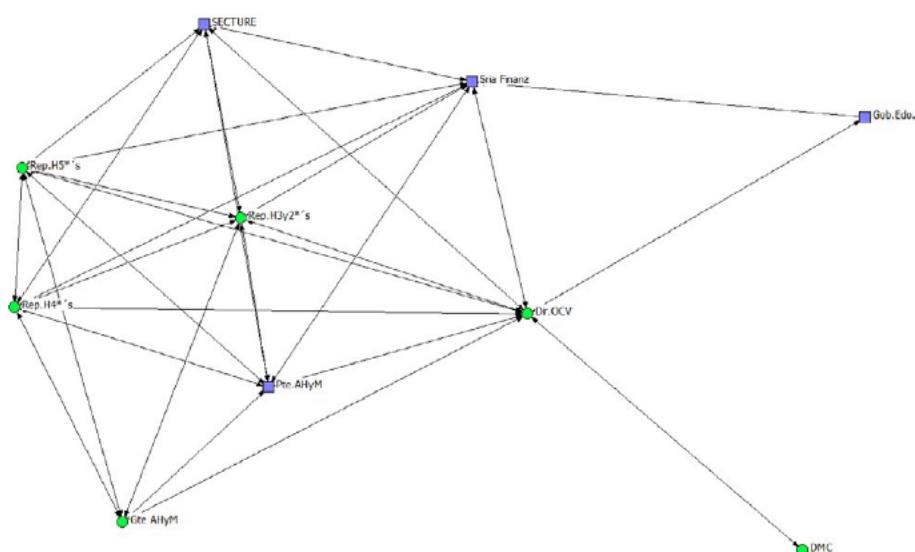


GRÁFICO 6

**Atributo de los actores de la red respecto al tipo de función que realizan**

Fuente: Elaboración propia. Representación gráfica obtenida de NetDraw 2.160.

## 5. CONCLUSIONES

El objetivo central de este estudio estableció el identificar a aquellos actores involucrados en la gestión del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes, así como describir los principales atributos que definen la dinámica relacional que existe entre ellos. Este objetivo fue alcanzado, al haberse identificado la existencia de 25 actores que participan en la gestión del turismo de reuniones en el destino objeto de estudio y al describir la dinámica relacional que se da entre ellos en base a la caracterización de determinados atributos tomados del marco teórico de referencia. Algunos de los resultados principales que muestran el logro del objetivo propuesto se exponen a continuación.

Al observar a los actores desde la perspectiva de los elementos básicos que conforman una red, se puede determinar que uno de los actores principales en la gestión es el Director de la Oficina de Congresos y Visitantes, sin embargo, no se encuentra sólo en esta función, está relacionado con otros actores que si bien, no están totalmente inmersos en el conocimiento de la industria de las reuniones, sí tienen alta injerencia en él, pues a unos los afecta en sus intereses como empresarios y a otros por cuestión de política gubernamental.

La densidad de las relaciones en la red es escasa, pues existe un número pequeño de actores centrales en la red, aunque las relaciones en su mayoría se presentan bilaterales, aún así estos actores, no impulsan el que existan interacciones en las que aparezca un trabajo en conjunto a favor de esta actividad. En la red se presentan relaciones entre organismos del sector público y empresas del sector privado, lo que, en ese sentido, favorece la gestión de un destino turístico, pues debe de existir cooperación entre ambos sectores para contribuir al desarrollo de éste. Estas relaciones entre sector público y privado están articuladas de manera formal y se mantienen en el tiempo, al menos en una parte de la red, pues el Comité Técnico para el turismo de reuniones en el que participan actores de ambos sectores está conformado como un órgano formal y reconocido por las autoridades de la entidad. Sin embargo, las relaciones que se presentan con las empresas proveedoras de servicios (DMC), son esporádicas, pues depende de que exista un tipo de reunión en puerta y sólo tienen un único enlace para formalizar su relación, el Director de la OCV.

De acuerdo a los índices de centralidad e intermediación, el Director de la OCV, es quién participa activamente en la gestión del turismo de reuniones, además de ser el actor con mayor número de relaciones y, así mismo, funge como puente principal para vincular a otros actores.

Sin embargo, aunque el Director de la OCV es un actor clave en el turismo de reuniones, son otros los actores que controlan y toman las decisiones en la gestión, debido al nivel jerárquico más alto que guardan en relación con el Director de la OCV. La intensidad en las relaciones que se presentan en el Comité Técnico, no permite involucrar a todos los agentes comprendidos en la red, para que participen en la toma de decisiones y se consideren parte activa de ésta.

El mayor trabajo que se está realizando para el desarrollo del destino en el segmento de la industria de reuniones, es referente a la gestión, mientras que la parte del trabajo operativo se encuentra disminuido, pues está limitado a la relación existente entre el Director de la OCV con el Gerente de la Asociación de Hoteles y Moteles y con las empresas proveedoras de servicios (DMC).

A pesar de que existen relaciones, la frecuencia de contacto entre actores del turismo de reuniones es baja, lo que limita la evolución de esta clase de turismo.

Con base a todo lo expuesto anteriormente, la hipótesis planteada para este estudio es rechazada, pues el turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes sí cuenta con actores que están involucrados en su gestión dado que se pudieron identificar y a su vez estos actores no carecen de una dinámica relacional, sino que por el contrario cuentan con ella.

Si bien es cierto que existen actores clave que se están involucrando en la gestión del turismo de reuniones y que de alguna manera se relacionan entre sí, no se ha presentado un crecimiento significativo en este segmento del turismo. La razón de esto se puede explicar con base en la falta de poder y legitimidad que no se le ha otorgado a la Oficina de Congresos y Visitantes y a la carencia de un modelo de gestión que pueda articular de una mejor forma a los actores interesados en el turismo de reuniones, lo que a su vez permitirá realizar con mayor facilidad el trabajo a quien ocupe el cargo de Director de la OCV. La dinámica de las relaciones de los actores debe favorecer el desarrollo de un destino y no limitarlo, sin embargo, sin una guía que marque el camino será difícil lograrlo, lo que supone un desafío para una futura investigación en el campo de la gestión.

Los resultados obtenidos demuestran que el análisis de las relaciones entre los actores involucrados en el desarrollo de un destino, son base para realizar una mejor gestión y son factor clave para cualquier destino turístico, sobre todo en aquellos destinos que se ubican en la fase emergente de la actividad turística de reuniones, como es el caso de la ciudad de Aguascalientes.

Por último, es propio resaltar, que la aplicación del análisis de redes en el proceso de investigación tiene una serie de ventajas, entre las que destacan el poder obtener información cualitativa significativa que aporta sustento a una mejora continua y una adaptación vinculada a la naturaleza del objeto de estudio.

## BIBLIOGRAFÍA

- Avila, J. y Madariaga, C. 2012 “Redes sociales un ejercicio caracterológico”. En J.H. Avila (Ed.), *Redes Sociales y Análisis de redes. Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual*. (pp. 14#47). Barranquilla, Colombia: Azul y Violeta Editores.
- Arriagada, I., Miranda, F. y Pavés, T. 2004 “Lineamientos de acción para el diseño de programas de superación de la pobreza desde el enfoque del capital social. Guía conceptual y metodológica”. Santiago de Chile: Naciones Unidas. CEPAL.
- Barrena, J., López, M. y Romero, P.M. 2015 “Corporate social responsibility: Evolution through institutional and stakeholder perspectives”, *European Journal of Management and usiness Economics*, 25:8#14.
- Borgatti, S.P., Everett, M.G. y Freeman, L.C. 2002 “Ucinet for Window: Software for Social Network Analysis”. Harvard, MA: *Analytic Technologies*.
- Casanueva, C., Gallego, A. y Garcia, M.R. 2014 “Social network analysis in tourism”, *Journal Current Issues in Tourism*, 19(12): 1190#1209.

- Corral, J., Rodríguez, I.M., Vargas, A. y Cánoves, G. 2015 “Estudio de la investigación turística a través de las coautorías de artículos: cálculo de indicadores de colaboración y análisis de redes sociales. El caso de las universidades catalanas”, *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(4):789#803.
- De Filippo, D., Morillo, F. y Fernández, M.T. 2008 “Indicadores de colaboración científica del CSIC con Latinoamérica en base de datos internacionales”, *Revista Española de Documentación Científica*, 31(1):66#84.
- Donaldson, T., y Preston, I.E. 1995 “The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications”, *The Academy of Management Review*, 20(1):65#91
- Dredge, D. 2006 “Networks, conflict and collaborative communities”, *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6):562#581
- Freeman, R.E., Harrison, J.S., Wicks, A.C., Parmar, B.L. y De Colle, S. 2010 “Stakeholder Theory: The State of the Art”. Reino Unido: Cambridge University Press.
- Freeman, L.C. 2012 “El desarrollo del análisis de redes sociales. Un estudio de sociología de la ciencia”. Estados Unidos: Palibrio.
- International Congress And Convention Association (Icca). 2016 “The International Association Meeting Market, Statistic Report 2015”. ICCA.
- Jago, L. y Deery, M. 2005 “Relationships and Factors Influencing Convention Decision#Making”. *Journal of Convention and Event Tourism*, 7(1):23#41.
- Jamal, T. y Getz, D. 1995 “Collaboration theory and community tourism planning”, *Annals of Tourism Research*, 22(1): 186#204
- Lee, H.R., Lee, J.S. y Jones, D. 2016 “Exploring the interrelationship between convention and visitor bureau (CVB) and its stakeholders, and CVB performance from the perspective of stakeholders”. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, (33):224#249.
- Line, N. y Wang, Y. 2016 “A multi#stakeholder market oriented approach to destination marketing”, *Journal of Destination Marketing & Management*, disponible en <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.03.003>
- Lozares, C. 1996 “La Teoría de Redes Sociales” *Papers* 48, 103#126.
- Martí, J. y Lozares, C. 2008 “Redes Organizativas Locales y Capital Social: Enfoques complementarios desde el Análisis de Redes Sociales”, *Portularia*, VIII(1):23#39.
- Matías, G y Pulido, J.I. 2012 “Dinámica Relacional interorganizacional para el desarrollo turístico. Los casos de Villa Gesell y Pinamar (Argentina)”, *Estudios Regionales*, (94):167#194.
- Maurer, I. 2010 “How to build trust in inter#organizational projects: The impact of project staffing and project rewards on the formation of trust, knowledge acquisition and product innovation. *International Journal of Project Management*, 28(7):629#637.
- Maya, I. y Holgado, D. 2005 “Lazos fuertes y proveedores múltiples de apoyo: comparación de dos formas de representación gráfica de las redes personales”, *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, (10): 107#127.
- Medeiros de Araujo, L. y Bramwell, B. 2009 “Stakeholder Assessment and Collaborative Tourism Planning: The Case of Brazil’s Costa Dorada Project”, *Journal of Sustainable Tourism*, 7(3#4):356#378.
- 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.
- Merinero, R. 2010 “Desarrollo Local y Análisis de Redes Sociales: el valor de las relaciones como factor del desarrollo socioeconómico”, *REDES*, 18(11):277#304.
- Mitchel, R.K., Agle, B.R. y Wood, D.J. 1997 “Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts”, *Academy of Management Review*, 22(4):853#886.
- Molina, F.X., Capó, J., Tomás, J.V. y Expósito, M. 2012 “Análisis de las redes de negocios y de conocimiento en un distrito industrial. Una aplicación al distrito industrial textil Valenciano”, *Cuadernos de Economía y Dirección de empresa*, 15(2):94#102.
- Organización Mundial del Turismo. 2014 “Informe global sobre la industria de reuniones”. Madrid, España: OMT.



- OCV (Oficina de Congresos y Visitantes) 2016 “Empresas Prestadoras de Servicios”. Disponible en: <http://ocvaguascalientes.com/> Acceso 23 de septiembre de 2016.
- Pulido J.I. 2010 “Las partes interesadas en la gestión turística de los parques naturales”, *Estudios Regionales*, (88): 147#175.
- Requena, F. 1991 “Redes sociales y mercado de trabajo. Elementos par una teoría del capital relacional”. (Vols. Colección Monografías, Núm. 119). Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas y Siglo XXI, España Editores.
- Rodríguez, J. 2005 “Análisis Estructural y de Redes”, Colección Cuadernos Metodológicos 16, Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Sanz, L., 2003 “Análisis de Redes Sociales o como representar las estructuras sociales subyacentes”, *Apuntes de ciencia y tecnología*, (7):21#20.
- Scott, N., Cooper, C., y Baggio, R. 2008 “Destination networks four Australian cases”, *Annals of Tourism Research*, 35(1): 169#188.
- Shaadi, L., Pulido, J.I., Rodríguez, I., 2017 “Turismo de Reuniones: contextualización y potencialidad. Caso ciudad de Aguascalientes (México)”, *Gran Tour. Revista de Investigaciones Turísticas*, (en proceso de revisión para publicación).
- Sheehan, L.R. y Ritchie, J.R.B. 2005 “Destination stakeholders exploring identity and salience”, *Annals of Tourism Research*, 32(3):711#734
- Slusky, C.E. 1996 “La red social: Frontera de la práctica sistémica”, Colección Terapia Familiar, Barcelona, España: Gedisa Editores.
- Vargas, A. y Rodriguez, I., 2011 “Análisis de Redes Sociales y su aplicación en la gestión turística. Caso Real de Asientos, Aguascalientes, México”. En T. Cuevas y R. Varela (Ed.), *Competitividad, innovación e imaginario en el tejido socioeconómico. Una aproximación teórico-metodológica en turismo*, (pp. 177#192). México: Gasca/UNAM.
- Vargas, A. y Rodriguez, I., 2014 “Dinámica relacional de la gestión turística en el pueblo mágico de Calvillo, Aguascalientes, México”, *Teoría y Praxis*, (especial):137#160.
- Wang, Y. y Xiang, Z. 2007 “Toward a theoretical framework of collaborative destination marketing”, *Journal of Travel Research*, 46(1):75#85.