



Revista de Economía Mundial

ISSN: 1576-0162

rem@uhu.es

Sociedad de Economía Mundial  
España

Tejada, Pilar; Moreno, Pilar; Rodríguez, Ma José  
Contribución de las PYMES turísticas al desarrollo  
Revista de Economía Mundial, núm. 35, 2013, pp. 103-119  
Sociedad de Economía Mundial  
Huelva, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86629567005>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## CONTRIBUCIÓN DE LAS PYMES TURÍSTICAS AL DESARROLLO

*TOURISM SMES' CONTRIBUTION TO DEVELOPMENT*

*Pilar Tejada*  
Universidad de Sevilla  
[ptejada@us.es](mailto:ptejada@us.es)

*Pilar Moreno*  
Universidad de Sevilla  
[pilarmoreno@us.es](mailto:pilarmoreno@us.es)

*M<sup>a</sup> José Rodríguez*  
Universidad de Sevilla  
[mjrodrri@us.es](mailto:mjrodrri@us.es)

Recibido: febrero de 2013, aceptado: septiembre de 2013

### RESUMEN.

Este artículo utiliza el marco analítico de las cadenas de valor globales para examinar el papel y la dinámica de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) turísticas y las perspectivas de desarrollo de los países donde estas empresas están ubicadas. Primero, se realiza una revisión de la literatura sobre la contribución del turismo al desarrollo. Segundo, se analiza la actual configuración de las cadenas de valor globales (CVGs) en la industria turística.

Tercero, se plantea la hipótesis de cómo puede utilizarse el enfoque metodológico de las CVGs para el papel que las PYMEs turísticas pueden desempeñar en el actual contexto de globalización. Ello puede constituir una nueva forma de análisis de la contribución al desarrollo económico de la actividad turística y, en particular, un nuevo instrumento para el reconocimiento de la importancia de las PYMEs.

*Palabras clave:* PYMEs; Turismo; Cadena de valor global; Desarrollo.

**ABSTRACT.**

This paper uses global value chains framework to examine the role and dynamic of small and medium sized tourism enterprises (SMEs), and the development prospects for countries within them. First, we review literature about tourism's contribution to development. Second, the current configuration of global value chains in tourism industry is analysed.

Third, we put forward the hypothesis that how the GVC approach can be used to study the role that tourism SMEs may play in the present context of globalisation. This may be a new way of analyzing the tourism's contribution to the economic development and in particular, a new tool for the recognition of the significance of SMEs.

*Keywords:* SMEs; Tourism; Global value chain; Development.

*Clasificación JEL:* L83, O11.



## 1. INTRODUCCIÓN.

En las últimas dos décadas, se ha venido gestando un grupo de trabajo por parte de un número creciente de investigadores que se interesan por estudiar los procesos de globalización desde una perspectiva de las cadenas de valor (Gereffi, Humphrey, Kaplinsky y Sturgeon, 2001; Kaplinsky y Morris, 2001). Gereffi (1994) utiliza el término *cadenas de valor globales* para referirse a los vínculos internacionales entre las empresas en los sistemas globales de producción y distribución.

De forma paralela, el turismo viene experimentando un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta lograr situarse como uno de los motores claves del actual progreso socioeconómico mundial. La importancia de la contribución del turismo a la actividad económica mundial resulta completamente incuestionable. La Organización Mundial de Turismo estima su aportación al PIB mundial en torno al 5% (OMT, 2012). En términos de generación de empleos, su impacto sería ligeramente superior (6-7%), registrándose más de 235 millones de puestos de trabajos –directos e indirectos– en todo el mundo (ILO, 2010).

No obstante, la relevancia del papel del turismo para lograr alcanzar el desarrollo económico no es una cuestión sobre la que todavía hoy se haya conseguido un consenso por parte de la comunidad internacional, existiendo posturas confrontadas.

Por otra parte, la industria turística se caracteriza por ser una de las más diversificadas y fragmentadas (Hjalager, 2007; OMT, 2010), abarcando tanto a grandes empresas multinacionales como a un alto porcentaje de pequeñas y medianas empresas (PYMEs). Esta dualidad constituye un rasgo estructural que tradicionalmente presenta el sector turístico a escala mundial, aunque más acentuado en determinados países (Morrison y Thomas, 2004; OCDE, 2010).

En un análisis de mayor profundidad de las PYMEs turísticas, destaca su mayor prevalencia en las áreas receptoras, su reducida dimensión y el carácter familiar de un alto porcentaje de las mismas (Bastakis, Buhalis y Butler, 2004; Keller y Bieger, 2004; Wanhill, 2004). Por lo que estos rasgos les originan determinadas debilidades estratégicas y funcionales, que son las que justifican la recomendación desde diversos organismos internacionales (OCDE, 2008; UNCTAD, 2007; UNIDO, 2001) hacia su inserción y posicionamiento en las

cadenas de valor globales, como una alternativa de éxito en su integración a un entorno económico progresivamente más globalizado y competitivo.

Por todo ello, en este artículo se propone estudiar el papel de las PYMEs turísticas en los procesos de desarrollo económico, utilizando como enfoque metodológico el marco de las cadenas de valor globales. En el segundo apartado, se realiza una revisión de la evolución del debate sobre la contribución del turismo al desarrollo económico. A continuación, se estudia la actual configuración de las cadenas de valor globales dentro de la industria turística, al objeto de conocer en profundidad el contexto donde deben desenvolverse las PYMEs, cuyo papel se analiza en el cuarto epígrafe. Por último, se plantean un conjunto de conclusiones y unas líneas de investigación futuras.

## 2. MARCO TEÓRICO.

### 2.1. ANTECEDENTES DE LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO AL DESARROLLO.

El análisis de la contribución del turismo a los procesos de desarrollo puede afrontarse desde una doble vertiente: empírica y teórica. Desde la perspectiva aplicada, tal como se ha puesto de manifiesto en líneas anteriores, se constata que el turismo se ha configurado como uno de los sectores estratégicos de la economía mundial. Debido a su notable contribución en términos de crecimiento económico, empleo y generación de divisas, muchos son los países en desarrollo que han apostado por fomentar la actividad turística para activar sus procesos de desarrollo socioeconómico, máxime si se tiene en cuenta que el turismo constituye una estrategia de desarrollo de bajo impacto y de escaso consumo de factores productivos, en comparación con otras actividades productivas (Gössling, 2000). Sin embargo, la evidencia empírica pone de manifiesto que las estrategias de desarrollo turístico en estos países se han caracterizado, generalmente, por modelos turísticos de sol y playa, altamente concentrados en el espacio -enclaves turísticos-, a gran escala, muy dependientes del capital extranjero, y con escasos vínculos con la economía local (Clancy, 1998; Jurdao, 1992).

Desde el punto de vista teórico, la implementación de estrategias de desarrollo turístico en los países en desarrollo tampoco ha estado exenta de controversia. Este debate académico sobre la articulación turismo-desarrollo fue especialmente intenso en los años setenta y ochenta, entroncando con la discusión más amplia de modernización *versus* dependencia en relación con la teoría del desarrollo. El *enfoque de la modernización* planteaba el desarrollo como un proceso lineal, de modo que los países subdesarrollados estarían dentro de un proceso de transformaciones desde una economía tradicional hacia una moderna, siendo esta aproximación consistente con las ideas del liberalismo económico. Con respecto al turismo, se defendía que éste permite una mayor integración con la economía mundial y la posibilidad de movimientos del empleo desde el sector tradicional al moderno. En definitiva, estas apor-



taciones, que podrían constituir la denominada “*visión convencional*” (Cohen; 1984; Erbes, 1973), consideraban el turismo como una estrategia infalible para la consecución del desarrollo económico, subrayando sus defensores los impactos económicos cuantificables que se derivan de la actividad turística, al tiempo que subestimaban sus posibles impactos negativos.

Por el contrario, el *enfoque de la dependencia* partía de la premisa de que no es correcto identificar crecimiento y desarrollo. Al contrario, el desarrollo se concebía como un proceso holístico, donde riqueza y pobreza están estrechamente interconectadas a escala global (Cardoso y Faletto, 1979). Se argumentaba, además, que el proceso de desarrollo está muy influenciado por las condiciones históricas de inserción en la economía mundial, identificándose el comercio internacional y las inversiones extranjeras como agentes de dependencia, que comprometían la autonomía nacional, conduciendo a formas distorsionadas del desarrollo (Gereffi, 2001). La teoría de la dependencia inspiró numerosos estudios críticos del turismo en los países en desarrollo, que postulaban que el turismo acentuaba los problemas de subdesarrollo característicos de unas economías periféricas altamente dependientes de los países del centro, en particular los modelos de enclave, ya que la propia orientación internacional del sector turístico imposibilita que pueda contribuir a un desarrollo no dependiente (Britton, 1982; Kadt, 1979).

Desde principios de los noventa, han sido escasos los estudios sobre turismo y desarrollo que invocan explícitamente los enfoques de la modernización y la dependencia, asumiendo la gran mayoría de los investigadores la conveniencia de implantar modelos de desarrollo turístico en los países en desarrollo. A partir de entonces, puede afirmarse que la investigación académica sobre la articulación turismo-desarrollo va a pivotar en torno a varias cuestiones fundamentales (Clancy, 1998; Font y Ahjem, 1999; Jenkins, 1994; Lickorish y Jenkins, 1997; Moreno y Tejada, 2004; Sinclair, 1998). En primer lugar, la necesidad de contemplar no sólo los impactos económicos, sino también los de índole ecológica y sociocultural, en una apuesta por una aproximación claramente multidisciplinar a los estudios sobre esta materia.

En segundo lugar, el debate va a centrarse ahora en la controversia aproximación neoliberal *versus* aproximación intervencionista: mientras el *enfoque neoliberal* considera que el turismo, al ser una industria orientada a la exportación con escasa o ninguna barrera proteccionista, es un sector que puede y debe crecer prosperando en manos privadas, el *enfoque intervencionista* plantea que son los actores estatales quienes deben iniciar las estrategias que permitan al mercado operar libremente, y que los estados deben tener capacidad técnica y financiera para implantar los proyectos de desarrollo turístico (Clancy, 1998; Font y Ahjem, 1999). Cabe subrayar que, en la práctica, la mayoría de investigadores y de instituciones apuestan por un enfoque integrador, línea en la que se sitúa la OMT (2002), que considera esencial una participación multisectorial, en la que intervengan junto al sector privado, como actor principal, y el sector público, encargado del diseño y ejecución de las

políticas turísticas, nuevos agentes, fundamentalmente la población local más desfavorecida.

En tercer lugar, otra cuestión que va a ocupar a los investigadores sobre turismo y desarrollo, se refiere al cambio de enfoque desde la perspectiva macroeconómica a la microeconómica. La OMT insiste en que los cambios deben concentrarse en los destinos, ya que el desarrollo turístico ha sido tratado generalmente a escala macroeconómica: promoción internacional, atracción de inversores y de grandes cadenas hoteleras, y formulación de grandes planes directores nacionales y regionales. Ahora se propone pasar a un enfoque *de abajo a arriba*, evaluando los proyectos turísticos por sus efectos en el desarrollo sostenible local y en la reducción de la pobreza, en lugar de su contribución al aumento en el número de llegadas de turistas internacionales o de las rentas brutas (Gösling, 2000; OMT, 2002). Esto requiere incrementar las conexiones entre el sector estructurado del turismo (hoteles, restaurantes, turooperadores, transportes) y la economía local, lo que se traducirá en una reducción de las fugas de las rentas derivadas del turismo y el fortalecimiento de los vínculos con otros sectores económicos.

Finalmente, la creciente globalización de la economía que viene gestándose desde principios de los noventa, y cuyo rasgo central es la creciente integración de las economías nacionales con la economía mundial, se ha traducido en una mayor dispersión geográfica de las cadenas productivas, aumentando con ello las oportunidades de los países en desarrollo (Gereffi, 2001), e introduciendo así nuevos elementos en el debate académico sobre la articulación turismo-desarrollo. De este modo, la globalización ha obligado a una profunda reestructuración de la actividad turística a escala mundial. Al igual que en otras actividades productivas, el centro de gravedad de la industria turística se está trasladando paulatinamente hacia las economías emergentes, alterando sustancialmente los esquemas de intercambio entre las áreas centrales y las economías en desarrollo.

## 2.2. EL MARCO DE LAS CADENAS DE VALOR GLOBALES.

En torno al concepto de CVG existe una gran confusión, puesto que se suele asociar a términos existentes previamente - *sistemas de valor, redes de valor* (Stabell y Fjedstad, 1998), *redes de producción* (Sturgeon, 2000) o *cadenas de suministros* (Beamon, 1998), *filière* (Raikes, Jensen y Ponte, 2000) - con los que guarda ciertas similitudes pero utilizados en contextos distintos y con finalidades diversas (Bair, 2005; Dembinski, 2009).

Diferentes investigadores (Gereffi, 1994, 1999; Kaplinsky, 1993; Schmitz, 1995, 1999; Sturgeon, 2001) subrayan la idea de que una importante parte del comercio mundial es realizado dentro de las empresas multinacionales o a través de complejos entramados de empresas, unidas por diferentes acuerdos de suministros y subcontrataciones. Una manifestación de este fenómeno es el creciente comercio internacional de partes y piezas, así como de otros insumos (Brulhart, 2008; Yeats, 2001).



Kaplinsky y Morris (2001) describen el análisis de las CVGs como una herramienta analítica que permite conocer y entender la manera en que las empresas y los países participan en la economía global. Proporciona una descripción de todas las actividades o tareas, así como de los actores u organizaciones (empresariales o institucionales), situados en diferentes localizaciones (regiones, países, continentes), que intervienen en la obtención de cualquier bien o servicio.

El análisis de las CVGs pueden contemplarse desde muy diversas perspectivas o dimensiones (Gereffi, 1994, 2001):

- *Dimensión conceptual:* proporciona una buena *imagen* del proceso de creación del valor añadido (McCormick y Schmitz, 2002). Permite conocer qué actividades son las que aportan mayor valor añadido, dónde se concentran mayores ventajas competitivas, barreras de entradas o por el contrario, una mayor competencia y menores beneficios potenciales.

Múltiples investigaciones llevadas a cabo en distintos sectores - tales como el calzado (Schmitz, 1995, 1999); la electrónica (Sturgeon, 2000); prendas de vestir (Gereffi, 1999) o productos agrícolas (Dolan y Humphrey, 2000; Ponte, 2002) - han proporcionado la información necesaria para corroborar que en la actualidad resulta más usual que se obtenga un mayor valor añadido de las actividades intangibles (más intensivas en conocimientos) como el diseño o la comercialización, que de las actividades tangibles.

- *Dimensión geográfica:* se investiga la ubicación de las empresas, organizaciones, regiones o países que participan en dichas cadenas. El término de global no sólo se refiere a la dispersión geográfica de las actividades, traspasando las fronteras nacionales. Conlleva nuevas implicaciones que van más allá de la internacionalización, porque conduce a la integración funcional de actividades internacionalmente dispersas (Gereffi, 1994; Dicken, 1998).

Estudios como los elaborados por Bazan y Navas-Alemán (2004) o Schmitz (1999) ponen de manifiesto la diversidad de los comportamientos de las empresas locales que participan simultáneamente en cadenas de valor globales, nacionales o regiones.

- *Dimensión organizacional:* según Gereffi et al. (2001) los propios inicios del análisis de las CVGs apuntan al hecho de que algunas empresas directa o indirectamente influyen en la organización de los sistemas globales de producción, logística y comercialización. Resulta esencial no sólo investigar los actores que intervienen en cada cadena, sino también las interrelaciones entre ellos. Lo cual permite abordar el estudio de la estructura o la organización de cada cadena, íntimamente relacionado con su gobernanza ("governance") – elemento central del marco conceptual de las CVGs.

Gereffi (1994) destaca la importancia de las *empresas líderes* ("lead firms") en la coordinación que se establece entre los distintos actores que participan

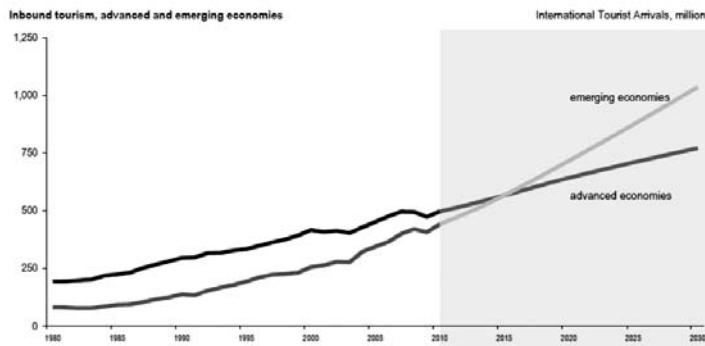
en cada cadena, siendo las responsables de la organización de la división del trabajo entre los distintos eslabones de la cadena y ejerciendo un control sobre los mismos, de intensidad variable en función del tipo de cadena.

Asimismo, dentro de esta dimensión se emplaza el estudio de la inserción y el papel que pueden desempeñar las PYMEs en las CVGs. La *asimetría en el reparto del poder* es un rasgo característico de la mayor parte de los estudios de sectores tan diversos como el calzado, el textil, la informática, el automovilístico o el turístico. Sin embargo, desde diversos organismos internacionales se insiste en la necesidad por parte de las PYMEs de incorporarse a las CVGs (OCDE, 2008; UNCTAD, 2007, UNIDO, 2001), como alternativa de éxito para su integración en la era de la globalización.

- *Dimensión política:* debe considerarse que las medidas políticas que implementen los gobiernos pueden afectar a la posición de los distintos actores que intervienen en las CVGs, así como a sus interrelaciones y al reparto de poder o de funciones que se establezca entre ellos, aún partiendo de la base de las actuales tendencias de liberalización y desregularización económica que caracterizan a la economía mundial en nuestros días.

A la luz que arroja diversos estudios (Dolan y Humphrey, 2000; Fitter y Kaplinsky, 2001; Gereffi, 1999; Ponte, 2002; Schmitz, 1995, 1999), puede afirmarse que las actividades que reportan un mayor valor añadido (las intangibles) tienden a ser realizadas por empresas situadas en los países más desarrollados. Por el contrario, las actividades que generan un menor valor añadido, al existir una mayor competencia en ese sector y menores barreras a la entrada, suelen ser ejecutadas por empresas o actores ubicados en países en desarrollo. Sin embargo, desde el análisis de las CVGs se contempla la inserción en dichas cadenas por parte de las empresas, países o continentes menos desarrollados como una alternativa para su desarrollo (Giuliani, Pietrobelli y Rabellotti, 2005; Kaplinsky y Morris, 2001; Humphrey, 2002; Nadvi y Halder, 2005; UNIDO, 2001).

GRÁFICO 1: DESTINOS EMERGENTES VERSUS DESTINOS MADUROS (1980-2030).



Fuente: OMT (2011).

Por todo ello, el análisis de las CVGs proporciona el marco conceptual adecuado para el estudio del papel y la dinámica de las PYMES turísticas en los procesos de desarrollo. Para ello es fundamental considerar *la diversificación de los destinos turísticos*, debido al reajuste que están experimentando los flujos turísticos internacionales, a favor de destinos emergentes y en detrimento de los destinos más maduros (OCDE, 2010; OMT, 2012). En el año 2012, se registraron 1.035 millones de turistas internacionales, optando 485 millones por destinos en países emergentes. Lo cual confirma la tendencia de un crecimiento superior a las llegadas de turistas internacionales a destinos en países más avanzados. Por ello, la cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 46.9% en 2012 y se prevé que alcance el 57% en 2030, lo que equivale a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales (Gráfico 1).

### 3. LA ACTUAL CONFIGURACIÓN DE LAS CADENAS DE VALOR GLOBALES EN EL TURISMO.

La creciente globalización de las actividades turísticas conlleva importantes transformaciones, que han obligado a las empresas a sufrir una profunda reestructuración para adaptarse a este nuevo entorno (OCDE, 2010). Destacan entre las principales manifestaciones de este fenómeno: los diversos procesos de integración empresarial, la entrada de nuevos agentes turísticos, la adopción de nuevos modelos de gestión o la internacionalización de las empresas turísticas (Buhalis y Law, 2008; Ioannides y Debbage, 1997).

En definitiva, las actividades turísticas se encuentran plenamente sometidas a un proceso de fragmentación internacional de la producción – funcional y espacial – que ha dado lugar a la aparición y desarrollo de cadenas de valor globales en la industria turística, de forma similar a lo sucedido previamente en los sectores manufactureros (Guzmán, Moreno y Tejada, 2008; OCDE, 2008; Tejada, Santos y Guzmán, 2011).

En el Gráfico 2 se expone una aproximación de la actual configuración de las CVGs en el turismo. En este modelo se recoge una síntesis de anteriores aportaciones (Werthner y Klein, 1999), junto con las nuevas transformaciones relativas a actores y relaciones tradicionales, así como la aparición de nuevos elementos, como las compañías de bajo coste (CBCs) o los agentes virtuales. Agrupándose los diferentes actores que intervienen en tres grandes categorías: productores, intermediarios y consumidores turísticos.

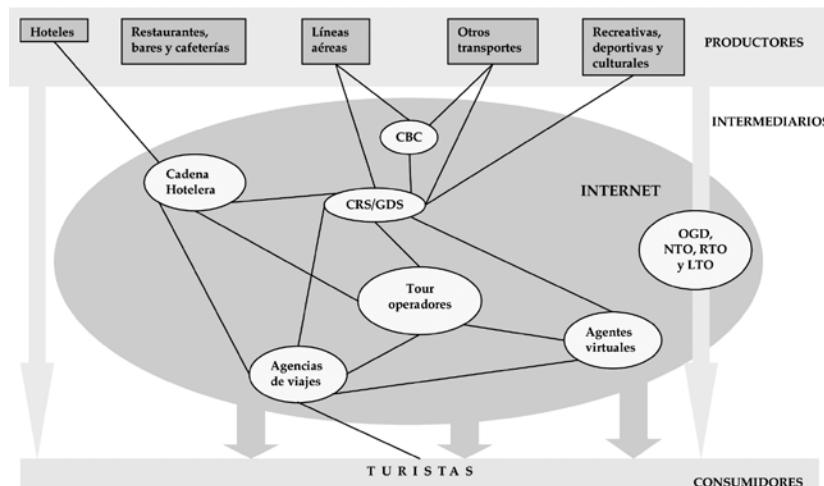
En un extremo de la cadena se encuentran los productores, que engloban a empresas de naturaleza muy heterogénea. Por una parte, destacan los establecimientos hoteleros, restaurantes o recreativos, siendo en su mayoría PYMES, ubicadas en países receptores. Por otra parte, se sitúan en el mismo nivel las líneas aéreas, aunque con una gran diferencia en cuanto a su tamaño, puesto que suele tratarse de grandes compañías. Estas diferencias reflejan la mencionada dualidad estructural de la industria turística global.

Los avances en las tecnologías de la información y comunicación han pro-

vocado importantes cambios en la estructura de la intermediación turística (Buhalis y Law, 2008). Ello ha originado importantes impactos en agentes tradicionales, como las agencias de viajes o los sistemas globales de distribución (“global distribution systems”), lo que ha llevado incluso a dudar de su propia supervivencia, así como la aparición de nuevos *agentes virtuales*: buscadores, portales, comparadores de precios, subastas en línea de productos turísticos o consolidadores aéreos (Buhalis y Licata, 2002).

Por último, los consumidores turísticos figuran como agentes de las CVGs con un papel progresivamente más relevante (Buhalis y Law, 2008), a pesar de la visión tradicional de considerarlos completamente al margen de la industria turística. Paraskevas (2005) analiza los cambios que la innovación tecnológica ha suscitado en las CVGs del turismo y concluye que han conducido al consumidor a una posición central en ellas.

GRÁFICO 2: CADENAS DE VALOR GLOBALES EN EL TURISMO.



Fuente: Elaboración propia.

#### 4. LA PARTICIPACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS TURÍSTICAS EN LAS CADENAS DE VALOR GLOBALES.

En las últimas décadas, se viene produciendo una revaloración del papel que las PYMEs pueden desempeñar en la economía mundial, basándose en su contribución en términos del PIB, de empleo, a su potencial innovador o a su espíritu empresarial (Acs y Audrestsch, 1990; Carree y Thurik, 2010).

Al considerar las consecuencias que los actuales cambios en la industria turística global pueden provocar sobre la competitividad de las PYMEs, se está

enfocando su estudio y análisis, no como unidades individuales, sino como parte de una CVG. Por ello surge el apoyo desde diversos organismos (OCDE, 2008; UNCTAD, 2007) hacia su inserción y posicionamiento en estas cadenas.

No obstante, junto con las oportunidades que se pueden derivar de estas acciones, hay que considerar las dificultades que entraña para las PYMEs esta vía e incluso las amenazas que pueden representar, dependiendo del posicionamiento que alcancen en las CVGs.

El papel que las PYMEs pueden desempeñar en las distintas CVGs es muy diverso, dependiendo de una gran variedad de factores, entre los cuales destacan la propia naturaleza del sector (Giuliani, Pietrobelli y Rabbellotti, 2005) o la gobernanza (Chiarvesio, Di Maria y Micelli, 2010).

En el caso particular de la industria turística, los estudios que examinan el papel de las PYMEs en las CVGs son muy escasos (Guzmán *et al.*, 2008; OCDE, 2008; Rønningen, 2010). Un rasgo común en todos ellos es que resaltan a las características intrínsecas de la actividad turística como un factor determinante del comportamiento de las PYMEs con relación a su inserción y posicionamiento en las CVGs.

Las investigaciones que relacionan el tipo de gobernanza y las mejoras competitivas que alcanzan las empresas locales dentro de las CVGs son más numerosas (Gereffi, 1999; Giuliani, Pietrobelli y Rabbellotti, 2005; Humphrey y Schmitz, 2002). A pesar de ello, no se disponen de herramientas de carácter cuantitativo adecuadas para este objetivo.

Por todo ello, en este artículo se propone el estudio del papel de las PYMEs en los procesos de desarrollo, utilizando el marco metodológico de las CVGs, a través de los siguientes indicadores: dependencia funcional y dependencia productiva.

La *dependencia funcional* es la relación de dependencia de las empresas de distintas áreas geográficas, en virtud de su posición dentro de la cadena de valor. Este concepto incide especialmente en la dependencia entre empresas, es decir, en los vínculos interempresariales (no en los intersectoriales), en función de la localización de los mercados donde realicen sus compras y sus ventas. Se pretende investigar no sólo si la empresa está integrada funcionalmente en procesos económicos a escala global - a través de su inserción en las CVGs - sino también si dicha participación es compatible con su integración territorial, a través del mantenimiento de encadenamientos interempresariales significativos a escala regional (Guzmán y Cáceres, 2007; Guzmán, Santos, Cáceres, Romero y Liñán, 2006).

Desde una perspectiva empírica, se puede cuantificar esta relación de dependencia funcional a través de la información segmentada para cada empresa de los mercados de procedencia de sus compras y sus ventas, distinguiendo distintos niveles (Guzmán, Cáceres y Ribeiro, 2009). Para ello es necesario conocer el porcentaje de ventas que absorben los clientes de cada área geográfica, así como el porcentaje de las compras de bienes y servicios realizados a los proveedores en las mismas áreas.

El concepto de *dependencia productiva* hace referencia al nivel de concentración que una empresa mantiene en sus inputs u outputs respecto al número de proveedores o clientes. En ocasiones se ha utilizado como indicador de la calidad del tejido empresarial de un determinado territorio (Guzmán *et al.*, 2009; Guzmán *et al.*, 2006), como factor determinante de los procesos de innovación de las PYMEs (Romero y Martínez-Román, 2012).

En este artículo, se justifica por la relación que guarda con la gobernanza que se ejerce en una determinada CVC, por lo cual indicadores similares son frecuentemente utilizados en los análisis de las CVGs (Bazan y Navas-Alemán, 2004; Kaplinsky y Morris, 2001). Humphrey y Schmitz (2002) afirman incluso que el propio análisis de las CVGs debe sus inicios al estudio del papel de *los compradores globales* por parte de Gereffi (1994), que tendrían entre sus principales manifestaciones una concentración creciente en los clientes de un gran número de empresas, en su mayoría PYMEs, ubicadas en países en desarrollo, especializadas en las tareas productivas que reportan un menor valor añadido, con unas bajas barreras a la entrada y sometidas a una fuerte competencia.

Por lo tanto, las PYMEs inmersas en cadenas con un alto grado de asimetría en las relaciones de poder, es decir, a medida que se aproximan a cadenas jerárquicas, presentan un grado de concentración mayor en sus ventas, puesto que su principal función es de proveedores o subcontratados de las empresas líderes globales (por ello Dembinski (2007) los denomina “proveedores de masa”) o un alto grado de concentración de compras, si su función es la distribución o minorista (en este caso, Dembinski (2007) habla de “agentes casi independientes de distribución”).

Por el contrario, en las cadenas basadas en las relaciones de mercado, el número de clientes y proveedores es muy alto, por lo que cambiar de socios conlleva un coste muy pequeño para todas los agentes de dichas CVGs y la concentración tanto “hacia adelante” como “hacia atrás” suele ser muy baja. Las configuraciones intermedias de la gobernanza - tipo redes - presentan un abanico más amplio de combinaciones respecto a la dependencia productiva.

## 5. CONCLUSIONES.

Una vez realizada una profunda revisión de la contribución del turismo al desarrollo, se constata la necesidad de avivar este debate académico, debido a las nuevas oportunidades que puede proporcionar los cambios ocasionados por los procesos de globalización a los países en desarrollo.

Para ello, el análisis de las cadenas de valor globales proporciona un marco conceptual adecuado para el estudio la inserción y posicionamiento de las PYMEs turísticas en los procesos de desarrollo.

No obstante, se reconoce una limitación importante respecto a la herramienta propuesta la dificultad en la obtención de los datos necesarios en muchos países en desarrollo. En diversas investigaciones de otros sectores pro-



ductivos, se ha optado por desarrollar el análisis de las CVCs a través de los estudios de casos. Lo cual puede constituir una línea de investigación futura relevante. Asimismo, el actual proyecto por parte de la Organización Mundial de Comercio y la OCDE de elaborar estadísticas sobre el comercio medido en función del valor añadido proporcionará una base de datos sobre las corrientes comerciales cuantificadas en función del valor añadido (OMC y OCDE, 2013), que ampliará extraordinariamente las opciones para el estudio de la contribución del turismo al desarrollo, especialmente a través del marco de las CVCs.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Acs, Z. J. y Audretsch, D. B. (1990): *Innovation and Small Firms*, Cambridge, MA, MIT Press.
- Bair, J. (2005): "Global Capitalism and Commodity Chains: Looking Back, Going Forward", *Competition & Change*, 9(2), 153-180.
- Bastakis, C., Buhalis, D. y Butler, R. (2004): "The Perception of Small and Medium Sized Tourism Accommodation Providers on the Impacts of the Tour Operator's Power in Easter Mediterranean", *Tourism Management*, 25(2), 151–170.
- Bazan, L. y Navas-Alemán, L. (2004). "The Underground Revolution in the Sinos Valley: a Comparison of Upgrading in Global and Nacional Value Chains", in H. Schmitz, H. (Ed.), *Local enterprises in global economy* (pp. 110-139), Cheltenham, Edward Elgar.
- Beamon, B.M. (1998): "Supply Chain Design and Analysis: Models and Methods", *Int. J. Production Economics*, 55, 281-294.
- Britton, S. (1982): "La Economía Política del Turismo en el Tercer Mundo", en Jurdao, F. (comp.) *Los mitos del turismo*, Endymion, Madrid.
- Brulhart, M. (2008): *Intra-Industrial Trade and Trade in Intermediate Goods*, Documento de antecedentes para el Informe sobre Desarrollo Mundial 2009 del Banco Mundial.
- Buhalis, D. y Law, R. (2008): "Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 years on and 10 years after the Internet—The State of eTourism Research", *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Buhalis, D. y Licata, M.C. (2002): "The Future eTourism Intermediaries", *Tourism Management*, 23(3), 207-220.
- Cardoso, F.H. y Faletto, E. (1979): *Dependency and Development in Latin America*, Berkeley, CA, University of California Press.
- Carree, M. A. y Thurik, A. R. (2010): "The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth", in Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds), *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction* (pp.560-594), 2nd Ed., New York, Springer.
- Clancy, M. (1998): "Commodity Chains, Services, and Development: Theory and Preliminary Evidence from the Tourism Industry", *Review of International Political Economy*, 5(1), 122-148.

- Chiarvesio, M., Di Maria, E. y Micelli, S. (2010): *Global Value Chains and internationalization of SMEs*, Marco Fanno Working Paper N.118.
- Cohen, E. (1984): "The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings", *Annual Review of Sociology*, 10, 373-392.
- Dembinski, P.H. (2007): "Competitividad global de los territorios y el tejido empresarial local", en Consejo Andaluz de Relaciones Laborales (Ed.), *Anuario de Conferencias del CARL* (pp. 67-72), Sevilla, CARL.
- Dembinski, P.H. (2009). "Very Large Enterprises, Focal Firms and Global Value Chains", *Revista de Economía Mundial*, 23, 107–130.
- Dicken, P. (1998): *Global Shift: Transforming the World Economy*, New York, Guilford Press.
- Dolan, C. y Humphrey, J. (2000): "Governance and Trade in Fresh Vegetables: the Impact of UK Supermarkets on the African Horticulture Industry", *J. Development Studies*, 37(2), 147–176.
- Erbes, R. (1973), *International Tourism and the Economy of Developing Countries*, Paris, OECD.
- Fitter, R. y Kaplinsky, R. (2001): "Who Gains from Product Rents as the Coffee Market Becomes more Differentiated?", *IDS Bulletin*, 32(3), 69–82.
- Font, X. y Ahjém, T.E. (1999): "Searching for a Balance in Tourism Development Strategies", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(2/3), 73-77.
- Gereffi, G. (1994): "The Organization of Buyer-driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks", in G. Gereffi, & M. Korzeniewicz (Eds.), *Commodity Chains and Global Capitalism* (pp. 95-122), London, Praeger.
- Gereffi, G. (1999): "International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain", *Journal of International Economics*, 48(1), 37-70.
- Gereffi, G. (2001): "Las Cadena Productivas como Marco Analítico de la Globalización", *Problemas del desarrollo*, 32(125), 9-37.
- Gereffi, G., Humphrey, J., Kaplinsky, R. y Sturgeon, T.J. (2001): "Introduction: Globalisation, Value Chains and Development", *IDS Bulletin*, 32(3), 1–8.
- Giuliani, E., Pietrobelli, C., y Rabellotti, R. (2005): "Upgrading in global value chains: Lessons from Latin American clusters", *World Development*, 33(4), 549-573.
- Gösling, S. (2000): "Sustainable Tourism Development in Developing Countries: Some Aspects of Energy Use", *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5), 410-425.
- Guzmán, J. y Cáceres, F.R. (2007): "Entrepreneurial Structure Qualitative Analysis: The Case of Seville (Spain)", *International Advances in Economic Research*, 13(4), 488-494.
- Guzmán, J., Cáceres, F.R. y Ribeiro, D. (2009): "Functional Dependence and Productive Dependence of SMEs", *Small Business Economics*, 32(3), 317-330.
- Guzmán, J., Moreno, P. y Tejada, P. (2008): "The Tourism SMEs in the Global Value Chains: the Case of Andalusia", *Service Business*, 2(3), 187-202.



- Guzmán, J., Santos, F.J., Cáceres, F.R., Romero, I. y Liñán, F. (2006): *Realidad Empresarial y Desarrollo Económico en la provincia de Sevilla*, Sevilla, Consejo Andaluz de Relaciones Laborales & Mergablum.
- Hjalager, A-M. (2007): "Stages in the Economic Globalization of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 34 (2), 437-457.
- Humphrey, J. (2002): *The Value Chain Approach - Linking National Producers to International Buyers and Markets*, ITC Executive Forum on National Export Strategies, Managing Competitive Advantage, The Values of National Strategy.
- Humphrey J. y Schmitz, H. (2002): "How Does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading Industrial Clusters?", *Regional Studies*, 36 (9), 1017-1027.
- ILO (2010): Developments and Challenges in the Hospitality and Tourism Sector, *Global Dialogue Forum for the Hotels, Catering, Tourism Sector*, Geneva.
- Ioannides, D. y Debbage, K. (1997): "Post-fordism and Flexibility: the Travel Industry Polyglot", *Tourism Management*, 18 (4), 229-241.
- Jenkins, C. L. (1994): "Tourism in Developing Countries: The Privatisation Issue", in A. V. Seaton, C. L. Jenkins, R. C. Wood, P.U.C. Dieke, M.M. Bennett and R. Smith (Eds), *Tourism: The State of the Art*, Chichester, John Wiley, (pp. 3-9).
- Jurda, F. (1992): *Los mitos del Turismo*, Endymion, Madrid.
- Kadt, E. (1979): *Tourism: Passport to Development. Perspectives on the Social and Cultural Effects of Tourism in Developing Countries*, Joint UNESCO-World Bank Seminar on the Social and Cultural Impacts of Tourism, Washington, D.C., Oxford University Press.
- Kaplinsky, R. (1993): "Export Processing Zones in the Dominican Republic: Transforming Manufactures into Commodities", *World Development*, 21(11), 1851-1865.
- Kaplinsky, R. y Morris, M. (2001): *A Handbook for Value Chain Research*, IDRS.
- Keller, P. y Bieger, T. (2004): *The future of small and medium sized enterprises in tourism*, St Gallen, International Association of Scientific Experts in Tourism.
- Lickorish, L.J. y Jenkins, C.L. (1997): *An Introduction to Tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- McCormick, D. y Schmitz, H. (2002): *Manual for Value Chain Research on Homeworkers in the Garment Industry*, Brighton, IDS.
- Moreno, P. y Tejada, P. (2004): "El Turismo y su Contribución a los Procesos de Desarrollo", en J. Guzmán y A. Pajares (Eds.), *Lecturas de Economía Aplicada*, Universidad de Sevilla.
- Morrison, A. y Thomas, R. (2004): *SMEs in Tourism: an International Review*, Arnhem, ATLAS.
- Nadvi, K.M. y Halder, G. (2005): "Local Clusters in Global Value Chains: Exploring Dynamic Linkages between Germany and Pakistan", *Entrepreneurship and Regional Development*, 17(5), 339-363.

- OCDE (2008): *Enhancing the role of SMEs in the global value chains*, Paris, OECD.
- OCDE (2010): *Tourism in OECD Countries 2010: Trends and Policies*, Paris, OECD.
- OCDE y OMC (2013): *Measuring Trade in Value Added: An OECD-WTO joint initiative*, Retrieved from [www.oecd.org/trade/valueadded](http://www.oecd.org/trade/valueadded).
- OMT (2002): *Tourism and Poverty Alleviation*, Madrid, OMT.
- OMT (2011): *Tourism towards 2030. Global overview*, Madrid, OMT.
- OMT (2012): *Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2012*, Madrid, OMT.
- Paraskevas, A. (2005): *The Impact of Technological Innovation in Managing Global Value Chains in the Tourism Industry*, OECD Conference on Global Tourism Growth: a Challenge for SMEs, 6-7 September 2005, Gwangju (Korea).
- Ponte, S. (2002): "The 'Latte Revolution?' Regulation, markets and consumption in the global coffee chain", *World Development*, 30(7), 1099-1122.
- Raikes, P., Jensen, M.F. y Ponte, S. (2000): "Global Commodity Chain Analysis and the French filière approach: comparison and critique", *Economy and Society*, 29(3), 390-412.
- Romero, I. y Martínez-Román, J.A (2012): "Self-employment and Innovation. Exploring the Determinants of Innovative Behaviour in Small Businesses", *Research Policy*, 41, 178-189.
- Rønningen, M. (2010): "Innovative Processes in a Nature-Based Tourism Case: The Role of a Tour-operator as the Driver of Innovation", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(3), 190-206.
- Sinclair, M.T. (1998): Tourism and Economic Development, *Journal of Development Studies*, 34(5), 1-51.
- Stabell, C.B. y Fjeldstad, O.D. (1998): "Configuring Value for Competitive Advantage: on Chain, Shops and Networks", *Strategic Management Journal*, 19(5), 413- 437.
- Schmitz, H. (1995): "Small Shoemakers and Fordist Giants: Tales of a Super-cluster", *World Development*, 23(1), 9-28.
- Schmitz, H. (1999): "Global Competition and Local Cooperation: Success and Failure in the Sinos Valley, Brazil", *World Development*, 27(9), 1627-50.
- Sturgeon, T.J. (2000): *Turn-Key Production Networks: a new American Model of Industrial Organization?*, Cambridge, M.A., Industrial Performance Center, MIT.
- Sturgeon, T.J. (2001). "How do we Define Value Chains and Production Networks?" *IDS Bulletin*, 32(3), 9-18.
- Tejada, P., Santos, F.J. y Guzmán, J. (2011): "Applicability of Global Value Chains Analysis to Tourism: Issues of Governance and Upgrading", *The Service Industries Journal*, 31(10), 1627-1643.
- UNCTAD (2007): *Aumento de la Participación de las Pequeñas y Medianas Empresas en las Cadenas de Valor Mundiales*. Nota de la Secretaría de la UNCTAD (TD/B/COM.3/EM.31/2).



- UNIDO (2001). *UNIDO Partnership with Private Business. Rationale, Benefits, Risks and Approaches*, Vienna, UNIDO.
- Wanhill, S. (2004): "Government Assistance for Tourism SMEs: from the Theory to Practice", in R.Thomas (Ed.), *Small Firms in Tourism: International Perspectives* (pp.53-70), Amsterdam, Elsevier.
- Werthner, H. y Klein, S. (1999): *Information Technology and Tourism – A Challenging Relationship*, New York, Springer.
- Yeats, A. (2001): "Just How Big is Global Production Sharing?", in S. Arndt y H. Kierzkowski (Eds), *Fragmentation: New Production Patterns in the World Economy* (pp.108-143), Oxford, Oxford University Press.

