



ISSN: 1988-5261
<https://doi.org/10.51896/TURYDES>

TURYDES. TURISMO Y DESARROLLO LOCAL

D I C E latindex

IDEAS Dialnet

InDICEs CSIC MIAR



EconPapers

ERIH PLUS

Sucupira

APROXIMACIÓN SOBRE DINÁMICA RELACIONAL. CASO EL JORULLO EN PUERTO VALLARTA, JALISCO

Carlos Salvador Peña Casillas

Universidad Autónoma de Nayarit

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7190-3168>

e-mail: cspcman15@gmail.com

Rodrigo Espinoza Sánchez

Universidad de Guadalajara

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9018-0583>

e-mail: rodrigo@uc.cuc.udg.mx

Tania Nadiezhda Plascencia Cuevas

Universidad Autónoma de Nayarit

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4531-1836>

e-mail: tanaplacu@hotmail.com

Correspondencia: **Carlos Salvador Peña Casillas**

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Carlos Salvador Peña Casillas, Rodrigo Espinoza Sánchez, Tania Nadiezhda Plascencia Cuevas (2021): "Aproximación sobre dinámica relacional. Caso el Jorullo en Puerto Vallarta, Jalisco", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 31 (diciembre / dezembro 2021). En línea: <https://www.eumed.net/es/revistas/turydes/diciembre2021/jorullo>

RESUMEN

Uno de los principales problemas de las empresas, y en especial de los emprendimientos, es la falta de organización y vinculación con otros agentes del entorno, por lo que es pertinente identificar y categorizar a los actores relacionados o stakeholders. El objetivo es efectuar una aproximación al análisis de la dinámica relacional de un sistema de emprendimientos turísticos que opera dentro del espacio ejidal denominado "El Jorullo", en el municipio de Puerto Vallarta, mediante un estudio de tipo descriptivo, cualitativo y transeccional, apoyado en el análisis de redes sociales (ARS). Los principales resultados indican que en el ejido estudiado deben trabajarse las conexiones entre emprendimientos al interior del sistema para fomentar su competitividad. La conclusión general indica la importancia a nivel cualitativo del ARS en el suministro de información a los emprendimientos para la toma de decisiones.

Palabras clave: Análisis de redes sociales, capital social, emprendimientos sociales turísticos, Puerto

APPROACH TO RELATIONAL DYNAMICS. CASE OF EL JORULLO IN PUERTO VALLARTA

ABSTRACT

One of the main problems of enterprises, and especially of ventures, is the lack of organization and linkage with other agents in the environment, which is why it is pertinent to identify and categorize the related actors or stakeholders. The objective is to carry out an approach to the analysis of the relational dynamics of a system of tourism enterprises operating within the ejidal space called "El Jorullo", in the municipality of Puerto Vallarta, through a descriptive, qualitative and cross-sectional study, supported by the analysis of social networks (ASN). The main results indicate that in the ejido studied the connections between enterprises within the system must be worked on in order to promote their competitiveness. The general conclusion indicates the qualitative importance of the SNA in the provision of information to the enterprises for decision-making.

Keywords: Social network analysis, social capital, tourism social enterprises, Puerto Vallarta, Jalisco.

INTRODUCCIÓN

La actividad turística tiende a ser muy dinámica derivado de su naturaleza económica y social, lo cual impacta de forma directa en varios sectores empresariales, en especial a las organizaciones que operan en el sector terciario de la economía. Es pertinente comenzar por la definición misma de turismo, donde López et al., (2012, p.13) se refiere a este fenómeno como "el movimiento de personas, capitales, mercancías y flujos informáticos, entre muchos otros aspectos, y sus repercusiones pueden observarse en todos los rincones del planeta".

Por otro lado, se presume que el turismo es una actividad económica sumamente dinámica, habría que preguntarse ¿si este dinamismo, es del propio sector turismo o es de los actores que en él intervienen?, ya que dicho sector es capaz de mantener un ritmo de crecimiento favorable a pesar de que se puedan presentar condiciones adversas en el entorno nacional o internacional. La actividad turística tiene una ventaja en el sector terciario, ya que genera un impacto económico más acelerado en comparación con otras ramas productivas (SECTUR, 2013).

Esto resalta la importancia del estudio de la actividad turística y la dinámica relacional que se lleva a cabo entre los participantes que la integran, sin embargo, es preciso señalar que no todas las organizaciones que operan en este sector participan de la misma manera ni se desarrollan igualitariamente, por lo que habría que preguntarse o cuestionarse ¿cuáles son los factores o variables de esa dinámica relacional que se genera en una red determinada para identificar a los participantes y su grado de influencia?, ya que al estar inmersos en dicho sector económico se manifiesta la formación de estas redes entre los diversos actores relacionados o stakeholders, y cada uno de ellos tiende a influir en la red de forma diferente.

Tal es el caso de los gestores dentro de la comunidad que deben interrelacionarse con el sector oficial, el sector financiero a través de planes y programas sistematizados para el otorgamiento de fuentes de financiamiento que permitan desarrollar primero, vínculos de confianza en relación a la

inversión, y así como a la ejecución por medio de los miembros de los emprendimientos en la búsqueda del logro de los objetivos, es decir, el grado de influencia de cada actor en el sistema se encuentra determinado por el objetivo que tiene dentro del mismo sistema (Walker, 1984), por lo que estudiar su composición puede constituir el punto de partida para propuestas de mejora que abonen a la competitividad de los destinos.

Por la situación antes planteada es que el objetivo de esta investigación es efectuar un aproximación al análisis de la dinámica relacional de un ejido dedicado a la actividad turística localizado en el municipio de Puerto Vallarta, dentro del estado de Jalisco, denominado El Jorullo, de tal manera que dicho análisis abone a la gestión del destino, al aportar información sobre la forma en que el ejido establece relaciones con los *stakeholders*, y con base en esto, los tomadores de decisiones del ejido puedan identificar con mayor claridad su planeación para dinamizar su promoción en el ámbito turístico.

Puerto Vallarta

El municipio de Puerto Vallarta, caracterizado como uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional, cuenta con una superficie acorde a cifras del Instituto de Información Estadística y Geográfica de 1,107 kilómetros cuadrados, situándose en la posición 19 con relación al resto de los municipios del estado de Jalisco, cuya extensión se compone en un 65.8% de terrenos montañosos, mientras que su cobertura de suelo es en un 48.9% de selva (IIEG, 2018).

Conforme a la información del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el municipio de Puerto Vallarta cuenta con 14,672 unidades económicas a noviembre 2017 y su distribución por sectores revela un predominio de unidades económicas dedicadas a los servicios, siendo estas el 51.8% del total de las empresas en el municipio (IIEG, 2018).

Con relación a los servicios de hospedaje del destino, la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco (2019) menciona que Puerto Vallarta como destino turístico cuenta con 331 unidades económicas de hospedaje al 2018 que incluye hoteles, moteles, casas de huéspedes, cabañas, suites, *trailer parks*, apartamentos, condominios, *bungalows*, hostales, haciendas, casas, casas rurales, albergues y campamentos. La oferta de habitaciones (23,995 en el 2018) está dominada por las categorías de Cinco y Cuatro estrellas, que concentran el 44% de la oferta de hospedaje con 10,549 unidades. Del total de las empresas que ofrecen servicios de hospedaje, la mayoría son establecimientos sin categoría (45%).

Estos indicadores permiten denotar la importancia que conlleva para el destino el desarrollo de actividades cuya base se encuentra en los servicios de hospedaje, que al mismo tiempo es complementaria para el desarrollo de otras actividades como la gastronómica o la de turismo rural y de aventura al ser un medio para que los visitantes puedan extender su estadía y visitación en la zona.

A pesar de que Puerto Vallarta cuenta con una importante oferta de servicios turísticos, la SECTUR (2014) afirma que muchas de las instalaciones existentes se han vuelto obsoletas y no están a la vanguardia de las nuevas demandas y necesidades del cliente. Serían necesarias mayores

inversiones para la remodelación de la oferta acorde a las nuevas exigencias y tendencias del mercado, lo anterior con el fin de mejorar la calidad de la visita de los turistas y asegurar la competitividad. Otro fenómeno que afecta de manera negativa al destino es la pronunciada estacionalidad de la afluencia de turistas en las temporadas altas.

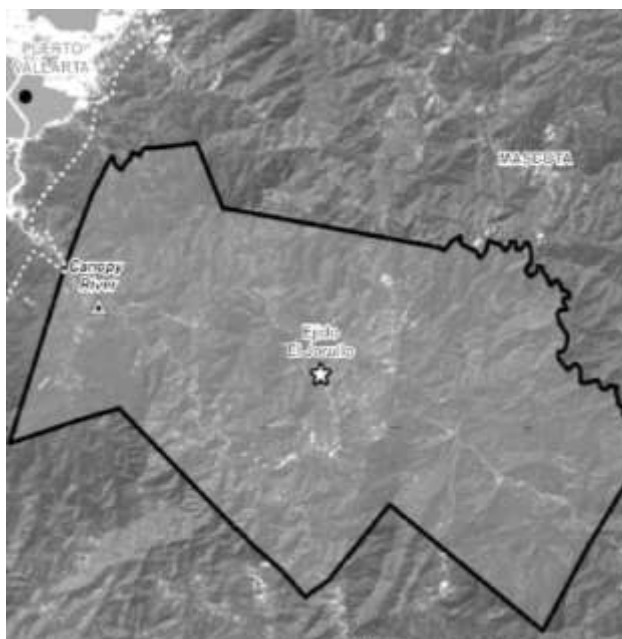
Este tipo de problemas aquejan en atractivo turístico de la región, en gran medida por la falta de visión de algunos de los empresarios en el ramo turístico que no optan por renovar sus instalaciones o buscan alternativas que les permitan actualizarse a las demandas modernas de los visitantes a la región, sin embargo, existen también nuevos participantes del sector que precisamente buscan el aprendizaje continuo que les permita encontrarse a la vanguardia en la prestación de servicios, y no necesariamente sustentan sus iniciativas con fuertes sumas de capital para lograrlo, sino que optan por invertir su patrimonio basado en territorio rural y ejidal para lograrlo.

El ejido “El Jorullo”

El espacio ejidal denominado “El Jorullo” (ilustración 1), el cual es una de las 77 localidades del municipio de Puerto Vallarta, que dio nombre al ejido. De acuerdo con Flores y Sandoval (2017, p.24), está localizado “al sureste de Puerto Vallarta, en las coordenadas geográficas 20° 33’ 38” Norte, y 105° 08’12” oeste, a una altitud promedio de 940 metros sobre el nivel del mar”.

Ilustración 1.

Mapa del ejido El Jorullo



Fuente: Terra Extrema Vallarta, 2005; Espinoza et al., (2018a, p.74).

El turismo como agente dinamizador de economías periféricas influye de manera positiva en la creación de ventajas comparativas entre sectores, por lo que, esta actividad en el mundo rural viene a encadenar los diversos sectores económicos de manera verticalizada al aprovechar los recursos naturales y culturales disponibles en el espacio territorial, y al mismo tiempo apoyándose en la transformación de algunos productos agropecuarios para el sustento de la gastronomía que

requiere el sector servicios turísticos que integra su oferta, mientras que la horizontalización se realiza cuando se logra la coordinación intersectorial e institucional para el apoyo financiero y fortalecimiento de las actividades turísticas vacacionadas por la planeación del desarrollo para dar un plusvalor al paisaje territorial como medio de aprovechamiento turístico (Espinoza, Covarrubias y Cornejo, 2014).

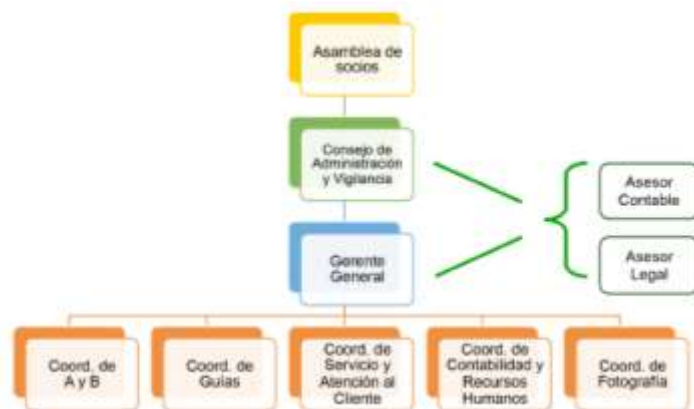
Es por ello que, el territorio del Jorullo se pueda convertir en un recurso turístico importante para complemento de las actividades tradicionales con una nueva actividad económica como lo es el turismo rural (Espinoza, et. al., 2018b), entendido como aquel que se realiza en zonas no urbanas donde existan recursos naturales y culturales de una región, caracterizado por la prestación de servicios turísticos con bajo impacto ambiental en espacios no degradados y lejos de las multitudes (Martínez, 2000; Cabrini, 2002; Ibáñez y Villalobos, 2012), a través de los emprendimientos que tienen lugar en su interior, todos ellos basados en el desarrollo local comunitario, mismos que se mencionan posteriormente.

Canopy River

De acuerdo con Sánchez (2017), el proyecto Canopy River logró consolidarse con 35 del total de los ejidatarios que conforman el ejido El Jorullo, y se considera de forma jurídica el miembro numero 36 como el ejido en su conjunto, además de que su plantilla laboral se integró en sus inicios de personas oriundas de poblados aledaños, lo que genera un total de 78 empleos, los cuales se dividen en 72 de carácter permanente y 6 temporales, y de estas cantidades solamente 2 figuras son externas a la zona, quienes fungen como asesores en materia legal y contable, siendo solamente el 2.5% sobre el total organizados bajo los esfuerzos de su estructura organizacional (Ilustración 2).

Ilustración 2.

Organigrama estructural de la empresa Canopy River



Fuente: Sánchez, (2017, p.175).

En el mismo sentido, Sánchez (2017, p.163) menciona que para el año 2017 contaban con:

...300 juegos de arneses, cascos y poleas de marca certificada, 50 equipos certificados para rappel, 13 líneas para Canopy que hacen un total de 4 km, 40 vehículos ATV y 3 RZR, 10 vehículos de diversa capacidad para transporte de personal y visitantes, el restaurante Los Coapinoles y el Teatro Claro de Luna. Otro aspecto que resaltar es la

capacitación constante a su personal con 10 o 12 cursos al año cubriendo desde el 50% del costo hasta un 100% en el desarrollo de diversas actitudes y aptitudes necesarias para la atención turística, todo esto para su plantilla laboral a dicho año de 85 trabajadores permanentes, 20 temporales y 200 empleos indirectos.

De acuerdo con la investigación efectuada por Díaz (2019), la entidad cuenta actualmente con una amplia gama de actividades como lo son los paseos en cuatrimotos, tirolesa, o vehículos todo terreno, y espectáculos como “Fiesta In The Mountains” o la creación de eventos especializados y un restaurante con opción a buffet denominado “Los Coapinoles”.

El emprendimiento de Canopy River es actualmente la organización de turismo rural pionera del ejido el Jorullo, que dio inicio a la motivación hacia sus pobladores respecto a realizar actividades productivas basadas en el aprovechamiento turístico de su territorio, al ser una evidencia de que efectivamente existen alternativas productivas para el territorio y que estas pueden ser exitosas, y esto en gran medida ha sido el detonante para la creación de los dos emprendimientos que se abordan posteriormente.

Jorullo Paradise

El origen del emprendimiento se formaliza bajo la denominación sociedad cooperativa de producción rural, de responsabilidad limitada de capital variable (S. C. P. R. de R. L. de C. V), fue constituida el 25 de noviembre del 2014 bajo el nombre Grupo sustentable las dos aguas (Tapia, 2019), y tiempo después a su creación cambia a Jorullo Paradise.

En el caso del emprendimiento denominado actualmente como Jorullo Paradise, los autores López, González y Villanueva (2017) indican que por parte del ejido son sólo 34 ejidatarios los socios que lo integran, siendo el ejido en su totalidad como ente jurídico, uno de los socios que integran esta iniciativa, y en algunos casos, otros miembros del ejido que también pertenecen a otras empresas que se han desarrollado y que han generado un importante grupo de atractivos de turismo ecológico, rural y de aventura, como lo es Canopy River.

Jorullo Paradise está integrado por una serie de atractivos desarrollados en su totalidad de manera sustentable, integrando cada uno de los elementos para que no se impacte el medio natural, el cual es fundamental para el desarrollo de las actividades y de las experiencias que los turistas nacionales y extranjeros disfruten, y al mismo tiempo, el desarrollo de nuevos productos en este emprendimiento considera que se trate de una actividad complementaria a la de las otras iniciativas (Canopy River y Rancho El Coyote). En ese sentido, Tapia (2019) indica que el producto de Jorullo Paradise consiste en la renta de cabañas, un restaurante, pilas de aguas termales, hortalizas orgánicas, un jabalinarío y un venadario.

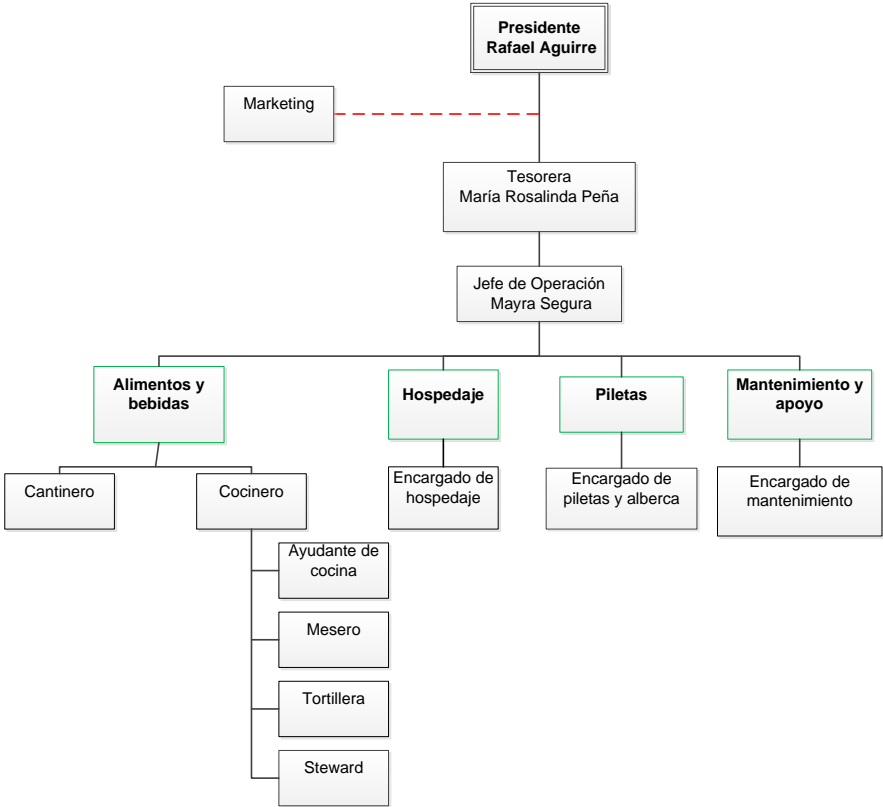
Este emprendimiento es un medio para que otro grupo de integrantes del ejido El Jorullo aproveche las bondades que su territorio les ofrece, como en este caso lo son las aguas termales, y solo ha sido posible mediante la coordinación de esfuerzos colectivos de los 34 ejidatarios que los integran, cuyo beneficio principal se refleja en la conservación de este recurso, todo esto mediante

una administración y gestión sustentable, gracias a que desde sus orígenes la iniciativa nace como una Unidad de Manejo Ambiental (UMA), cuyo propósito de creación se establece como el de aprovechar de forma sustentable los recursos presentes en la delimitación de la organización tales como el agua termal, la flora y la fauna.

Este emprendimiento surge como un complemento a la oferta en Canopy River para aquel mercado que busca hospedarse dentro del territorio ejidal antes mencionado, y al mismo tiempo, aborda un nuevo segmento muy específico con su producto bandera de aguas termales, al encontrarse en posibilidades de incursionar en el turismo de la salud, y de esta forma complementar a su homologado que incide en el turismo de aventura y el ecoturismo, pero carece del tiempo, reputación y los medios necesarios para promocionarse e incrementar su demanda, estructurada de esta misma forma en su organigrama (ilustración 3).

Ilustración 3.

Organigrama de la empresa Jorullo Paradise



Fuente: Tapia, 2019, p.96.

Rancho El Coyote (REC)

Estas iniciativas han generado un efecto demostración que ha sido visto como novedoso y al mismo tiempo importante para el desarrollo local comunitario al igual que sus homólogos Canopy River y Jorullo Paradise localizados en el mismo territorio ejidal, y como prueba de ello es la aparición de la iniciativa REC, que es un emprendimiento con una vocación diferenciada y relacionada a la oferta de Folclore, que acorde con Verduzco (2019), se encuentra ubicado en el ejido el Jorullo y anexos, en Puerto Vallarta, Jalisco; de la localidad en las Guásimas, constituido por 17 miembros y su

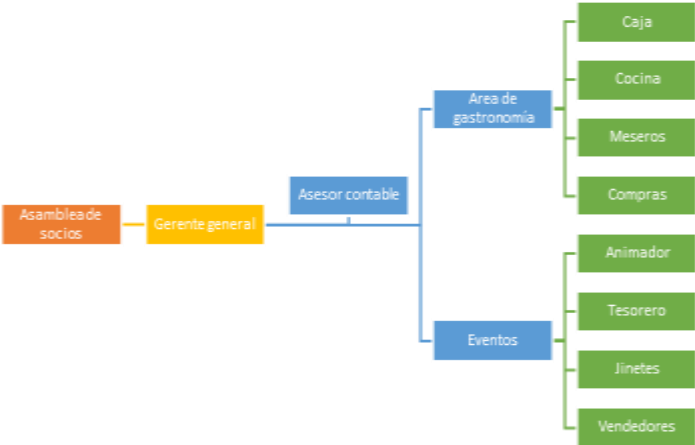
figura jurídica de conformación está representada como una Sociedad Cooperativa de Capital Variable de Responsabilidad Limitada (SC de CV de RL), el cual inició sus operaciones en 2014.

Este emprendimiento muestra una característica diferenciadora en su constitución respecto a los dos emprendimientos ya aludidos con anterioridad, ya que esta iniciativa emprendedora involucró en su conformación tanto a ejidatarios, como a hijos de ejidatarios y vecindados, aspecto este que viene a reflejar un elemento de cohesión social más profundo por el sólo hecho de considerar a todos los miembros representativos de la comunidad que cohabita en el territorio jorullense, y por ende propone mejorar la calidad de vida de la población (Espinoza, et. al. 2018a).

Es importante resaltar que esta iniciativa surge precisamente para dar respuesta a una serie de problemas sociales presentes en la región, y dadas las características del mismo, se aprecia la capacidad de formación de encadenamientos o ecosistemas colectivos que actúen como medios para la reconfiguración de la funcionalidad del turismo dentro de los territorios ejidales, como en este caso el evento de “Fiesta en la Montaña”, donde los visitantes y turistas pueden apreciar la cultura del día a día en el ejido en actividades como la charrería, carreras en burro, peleas de gallos, ordeña, siembra o cultivo de granos, la producción artesanal de tortillas y la molienda de maíz; y todo esto generando una importante mejora en la calidad de vida de los integrantes de REC, ya que su medio de trabajo se encuentra en la cercanía de su familia, y esto incide en la mejora de su calidad de vida (Massam, 2002; Espinoza, et. al., 2014).

En el caso de REC, cuenta con productos basados en la identidad característica de la región (Díaz, 2019), lo cual contribuye a la preservación de la cultura, y al mismo tiempo ofrece productos recreativos que son aprovechados por los pobladores de la región, integrantes de los otros emprendimientos y los turistas, ya sean nacionales o internacionales, y al mismo tiempo, esta misma base de índole cultural limita la diversidad de alternativas ofrecidas por esta iniciativa, para lo cual requiere de apoyarse y complementar una serie de productos conjuntos con sus homólogos Canopy River y Jorullo Paradise, y de esta misma complementación nace su organigrama basado en funciones (Verduzco, 2019), tal como se muestra en la ilustración 4.

Ilustración 4.
Organigrama de REC



Fuente: Elaboración propia.

Tal como se pudo observar con anterioridad, cada uno de los 3 emprendimientos presentes en el ejido El Jorullo cuentan con características y etapas diferentes, y cada uno de ellos se relaciona de diferente forma con el sistema turístico en el cual se encuentran inmersos, por lo que resulta pertinente analizar la naturaleza de dicha participación a fin de que esto sea la pauta para encontrar áreas de mejora en cada una de ellas en relación a temas de gestión y planificación organizacional.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Colaboración organizacional

La colaboración entre organizaciones implica establecer ciertos mecanismos por los cuales puedan gestionarse aspectos de interés común que impulsen de manera coordinada eslabonamientos de acciones integradas que beneficien a todas las organizaciones inmersas en dicha colaboración, por tanto, habría que entender de manera clara y precisa que en esta era globalizada, este tipo de comportamientos organizacionales conducen a generar sinergias para aprovechar oportunidades que les brinda, tanto el mercado como el espacio territorial para realizar actividades en esta caso turísticas de beneficio común para todos, lo que viene a representar ventajas competitivas sustentadas en la integración y que contrarrestan las vorágines de las empresas trasnacionales que con su poder económico desplazan a las que carecen de dicho poder, y para apropiarse del territorio, primero lo desvalorizan y provocan la enajenación del mismo para allí establecer su emporio (Boiser, 2005; Castro, 2009; Espinoza, Chávez y Andrade, 2012).

Se aprecia entonces que la colaboración resulta vital para la supervivencia de las organizaciones y la disminución de las debilidades propias, ya que las sociedades y grandes empresas se han vuelto cada vez más interdependientes, y esta situación ha vuelto más difícil para los actores individuales desarrollarse por sí mismos (Porras, 2003).

En ese mismo sentido, Miles y Snow (1992) indican que los elementos a considerar de mayor importancia que afectan el éxito o fracaso de la colaboración se encuentran en el tamaño y diseño estructural de la relación, así como otros factores que pueden transformarse en barreras, mencionadas por Perkins y Khoo-Lattimore (2019):

- Un conocimiento limitado sobre que es la colaboración y como puede ser promulgada
- La naturaleza informal de las colaboraciones actuales
- Esfuerzos desequilibrados de las partes interesadas
- Competencia entre las partes interesadas
- Opiniones divergentes de empresas colaboradoras
- Percepción de fracaso o mala dirección de los cuerpos gubernamentales locales

Por otro lado, el ejido estudiado presenta características asociativas que son consistentes con las de un clúster, definidas por Porter (1990; 1998, p.78) como “concentraciones geográficas de compañías e instituciones interconectadas en un campo en particular”, señalando que estos pueden abarcar una serie de instrumentos vinculados y otras entidades importantes para la competencia, tales como proveedores de insumos especializados de maquinaria, servicios, infraestructura; o productos complementarios de habilidades, tecnología o insumos comunes, e incluso se pueden

incluir el gobierno, las universidades, agencias de fijación de estándares y otras instituciones que proveen de entrenamiento especializado, educación, información, investigación y soporte técnico.

Por estos motivos, para el desarrollo de la presente investigación, a los emprendimientos del ejido El Jorullo se les estudió desde la perspectiva de clúster, ya que esta forma asociativa puede darse de manera formal o informal, estructurado o no estructurado, donde Park (1996) plantea que esto se da ante la necesidad para que pueda existir la competencia en economías globales y se puedan hacer frente a los medios ambientes turbulentos o bajo la metáfora de las “aguas agitadas” (Robbins y Coulter, 2015).

Esto indica que existe una competencia entre participantes con diversas características, recursos y tamaños, y al mismo tiempo la posibilidad de establecer algún tipo de colaboración, que se manifiesta como: “un proceso a través del cual partes que ven diferentes aspectos de un problema pueden constructivamente explorar sus diferencias y buscar soluciones que van más allá de su propia visión limitada de lo que es posible” (Gray, 1989, p.5).

Debido a lo anterior, se manifiesta un cambio de enfoque, en este caso de emprendimientos en territorio ejidal, a esquemas de cooperación tales como un clúster, es un esquema que permitiría el fortalecimiento de dichos participantes en términos competitivos, ya que esta forma de asociatividad cuenta con una importante capacidad para reforzar la multiplicidad de eslabonamientos propios de la actividad turística, estrechando los vínculos entre organizaciones, empresas e instituciones participantes, generando así ventajas competitivas en sus recursos base, actividades características y complementarias, así como la cantidad y tipo de relaciones con otras entidades (Elías & Tuma, 2009).

Lo expuesto con anterioridad refiere que pueden existir figuras asociativas que integren los esfuerzos conjuntos de diversos participantes, incluyendo a instituciones de índole gubernamental y universidades, como en el caso de los emprendimientos estudiados del sector rural, conformados con participantes de bajo nivel escolar, que requieren asesoría y apoyo de carácter técnico, informacional y de educación.

El Capital Social

Para comprender de mejor forma la colaboración organizacional, así como el funcionamiento del ARS, se debe abordar previamente la corriente teórica que le da origen, como en este caso lo es la teoría del Capital Social, la cual según diversos autores (Pharr y Putnam, 2000; Fukuyama, 2001; Putnam, 2000; Forni et al., 2004; López, Martín, Romero, 2007) tiene sus orígenes en las aportaciones de las corrientes marxista, durkheimiana y weberiana de la sociología clásica, por su énfasis en el papel de los vínculos sociales en la cohesión y la cooperación social como fuente fundamental de solidaridad en las sociedades modernas (Durkheim, 1893; Marx, 1894; Weber, 1914).

Sin embargo, la primera ocasión en la cual se utilizó el concepto fue bajo un contexto rural, señalando al respecto de capital social lo siguiente:

...estas sustancias tangibles cuentan para la mayoría en la vida diaria de un pueblo, a saber, buena voluntad, compañerismo, simpatía mutua y relaciones sociales entre un grupo de individuos y familias que forman una unidad social, la comunidad rural, cuyo centro lógico

es la escuela (Hanifan, 1916, p.130).

De manera contemporánea, el hecho de estudiar las características de una red social determinada se apoya en el capital social, y puede ser entendido también como “la capacidad desarrollada por los distintos actores en el sistema para establecer relaciones de confianza, que les permiten construir aquellos vínculos que dan lugar a procesos” (Arechavala y Hernández, 2014, p.18-19).

Cabe precisar, que de acuerdo con Arriagada, Miranda y Pávez (2004), las comunidades y grupos cuentan con dos dimensiones de capital social, que son en primer lugar las redes extracomunitarias (identificadas en capital social de puente y escalera) y lazos intracomunitarios (capital social de unión), mismos que con el tiempo y cambios en las condiciones de la comunidad, varían en el cálculo óptimo de los costos y beneficios asociados a las combinaciones de las dos dimensiones, lo cual significa una tarea importante de análisis para la planeación por los tomadores de decisiones.

Dentro de este orden de ideas, el capital social puede clasificarse 3 tipos acorde a la revisión efectuada por Saz-Gil y Gómez-Quintero (2015), los primeros distinguidos por Putnam (2000) de tipo *bonding* (de unión) que considera los vínculos sociales entre colectivos cercanos, similares y familiares basada en reciprocidad, confianza y fuertes normas compartidas, y de *bridging* (puente) que se refiere a vínculos sociales establecidos en grupos disímiles, alejados y no familiares cuyas normas compartidas se fundamentan en conocimiento y relación social de carácter instrumental (Leonard y Onix, 2003); y una tercer variante introducida por Woolcock (2001) de tipo *linking* (de vinculación o conexión), que constituye la capacidad para apalancar recursos, ideas e informaciones desde las instituciones formales con diferente jerarquía o autoridad.

Mediante la revisión anterior, se puede comprender de mejor forma que el capital social es un fenómeno de interacción social en el que múltiples participantes actúan entre sí para la obtención de diversos beneficios comunes, para los cuales es requerida determinada planificación y orden, y para lograr este cometido, se requiere información útil, así como pertinente que ayude a identificar y comprender de mejor forma el papel que juega cada uno de los entes en la red, y una buena alternativa de esto se encuentra en el ARS.

Análisis de Redes Sociales

Para la elaboración de la investigación se consideraron como antecedentes de investigación las aportaciones efectuadas por Vargas y Rodríguez (2012), Nava-Zazueta (2013), Vargas y Rodríguez (2014), Kuz, Falco y Giandini (2016), Khalilzadeh y Wang (2017), Ngo, Hales, y Lohmann (2018), Ngo, Lohmann, y Hales (2018), así como también Nava y Mercado-Celis (2019), quienes revisaron de que manera se dan las relaciones de diversos participantes en sistemas de amplio alcance tales como municipios, zonas turísticas y pueblos mágicos, y con base en esto, la aplicación del presente estudio se delimitó a un clúster turístico de carácter ejidal para evidenciar las relaciones existentes del mismo a su interior y exterior.

El punto de partida de este análisis es reconocer sus elementos, mismos que según Requena

(1991) son cuatro:

- Los actores, ya sean individuales o colectivos que actúan en una red como emisores y receptores.
- Los vínculos o nexos de unión entre los diferentes actores.
- La centralidad o localización que tenga el actor dentro de la red y del tipo de vínculo existente con otros actores.
- El tipo de relación que determina la función particular de una red concreta, determinada por la clase de información intercambiada entre actores.

En el último punto que aborda el tipo de relación, es preciso señalar que pueden tener determinada dirección, tal como lo mencionan Velázquez y Aguilar (2005, p.21-25):

- Grado de salida: la suma de las relaciones que los actores dicen tener con el resto.
- Grado de entrada: la suma de las relaciones referidas hacia un actor por otros.
- Grado de intermediación: la posibilidad de un nodo o actor para intermediar comunicaciones entre pares de nodos.

El procesamiento de la información se efectuó bajo la metodología establecida por el Análisis de Redes (ARS) propuesta por Borgatti, Everret, y Freeman (2002), así como Borgatti, Everett, y Johnson (2013), en donde se proponen múltiples unidades de medida aplicables a una red de actores determinada, de las cuales se seleccionaron 3 en particular, cercanía intermediación, y centralidad. Para Nava y Mercado-Celis (2019) el grado de cercanía indica la proximidad de un nodo o actor respecto al resto de la red, aludiendo a su capacidad para tener contacto con sus contrapartes de manera directa o mediante un tercero, en tanto que el grado de intermediación señala cuando un actor actúa como puente entre dos o más partes de un sistema que no tienen vínculos directos entre sí. En lo que a grado de cercanía se refiere, esta característica es la capacidad de un nodo de llegar a todos los actores de una red.

El hecho de estudiar las características de una red social determinada se apoya en el capital social, entendido como “la capacidad desarrollada por los distintos actores en el sistema para establecer relaciones de confianza, que les permiten construir aquellos vínculos que dan lugar a procesos” (Arechavala y Hernández, 2014, p.18-19).

Con base en esta premisa es que Arriagada et al., (2004) propone un instrumento de recolección de información basado en la identificación de capital social y su distinción entre individual y grupal, así como de unión (lazos íntimos) medido a través de la variable de cohesión, puente (participantes similares) mediante vínculos sociales con otros actores comunitarios, o escalera (grupos disímiles) identificado en acceso a recursos y beneficios mediante vínculos sociales, pertinente en estudios del sector turismo acorde a Vargas y Herrera (2014).

METODOLOGÍA

Derivado de la situación antes expresada, es que surge la necesidad de efectuar una aproximación al análisis de la dinámica relacional de los actores presentes en el clúster turístico del ejido El Jorullo, esto mediante la revisión de los fundamentos teóricos pertinentes a la investigación,

así como identificar los principales actores de la gestión turística del clúster en cuestión, para posteriormente determinar el nivel de influencia de los stakeholders identificados mediante los programas NetDraw 2.168 y UCINET 6, y concluir con la categorización del tipo de interacción presente entre los participantes, es decir, un análisis de contenidos relacionales (Merinero y Pulido, 2009).

Dada la situación antes planteada es que se seleccionaron como actores clave a representantes de los 3 emprendimientos, así como actores del sector gubernamental (director municipal de turismo), un participante del sector educativo correspondiente al nivel superior de una institución de relevancia regional (Universidad de Guadalajara) para abordar la red turística del ejido El Jorullo, cuyas características se asemejan a las de un clúster informal y no estructurado, por ello que en la presente investigación se le considere al ejido El Jorullo como un clúster para efectos del análisis presentado.

Dichos objetivos se alcanzan mediante una investigación de alcance descriptivo, ya que solo se identificaron las características de un objeto de estudio determinado (Bernal, 2010), esto sustentado en el paradigma cualitativo que partió de comprender la realidad humana (en este caso el clúster) desde el punto de vista de sus agentes y su lenguaje como fuente esencial de evidencia empírica con una muestra no probabilística (Icart, 2012).

La aplicación del estudio se limitó a ser transeccional o transversal, ya que la recolección de datos se dio en un momento único (Hernández, 2012), sin embargo, esto representa un punto inicial para futuras investigaciones de reiteradas aplicaciones o longitudinal que complemente la información aquí planteada.

Para la recolección de información se aplicó el instrumento propuesto por Arriagada et al., (2004), en su mayoría con preguntas semiestructuradas y dicotómicas con la finalidad de identificar la manera en que se dá el capital social en un sistema determinado, y su codificación se llevó a cabo en matrices de frecuencias en Microsoft Excel, proceso que arrojó 30 participantes, por lo que se trata de un ARS abierto.

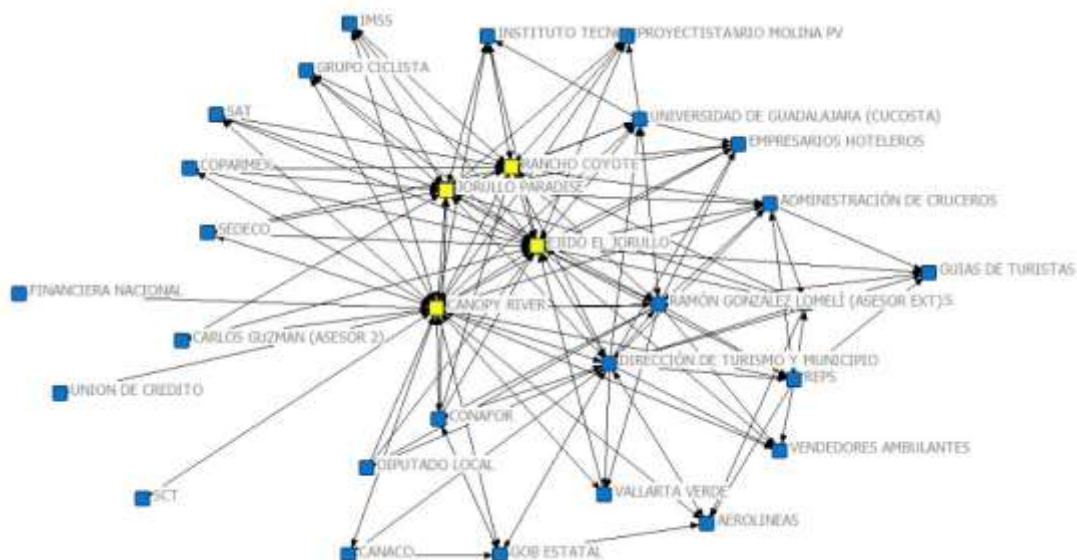
Es preciso enfatizar de los alcances y limitaciones de esta investigación, la cual considera a 9 actores clave, de los cuales solamente se abordó a 5 en el análisis, lo cual implica que es una aproximación al estudio de la dinámica relacional del ejido El Jorullo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Posterior a la aplicación del instrumento propuesto por Arriagada et al., (2004) a los actores clave, se vació la información a Microsoft Excel para su posterior migración en la paquetería de UCINET 6, donde fue posible procesar la información, para la posterior generación del sociograma correspondiente en NetDraw 2.168, dando como resultado el grafo que muestra la dinámica relacional acorde a la pregunta de investigación planteada en un inicio, de los actores del sector turístico relacionados con el ejido El Jorullo (Ilustración 5).

Ilustración 5.

Sociograma de la dinámica turística del ejido El Jorullo



Fuente: Elaboración propia con NetDraw 2.168.

En la ilustración anterior es posible apreciar que, se trata de una red de ego que tiende a ser cerrada acorde con Borgatti, Mehra, Brass, y Labianca (2009), ya que la mayoría de sus conexiones se encuentran interrelacionadas con 2 o más participantes, y los nodos más alejados que solamente contienen 1 relación son minoría y en general manifiestan un capital social de tipo escalera. Esto permite identificar que de forma preponderante los actores abordados se encuentran en comunicación constante de tipo capital social de unión, sin embargo, el ejido y sus organizaciones podrían analizar la pertinencia de incrementar sus relaciones con los nodos de mayor lejanía.

Se resalta que los participantes centrales son Jorullo Paradise, REC, Canopy River, la figura ejidal, así como el asesor externo y la dirección de turismo municipal, ya que este juega dos roles, uno como consultor externo y otro como representante del sector oficial turístico (capital de escalera en ambos casos), así como también el doble papel que juega el representante de Canopy River, quien es ejidatario y representa también al ejido, sin embargo, se requiere un análisis a mayor profundidad para determinar los actores de mayor impacto a nivel individual desde la perspectiva de los actores clave, mismo que fue establecido en función de variables propias del ARS como centralidad, intermediación y cercanía dando respuesta de esta manera a los cuestionamientos iniciales de la investigación (tabla 1).

Tabla 1.

Medidas de centralidad, intermediación y cercanía de la red

ACTORES	CENTRALIDAD	INTERMEDIACIÓN	CERCANÍA
EJIDO EL JORULLO	0.276	46.276	43.939
CANOPY RIVER	0.345	12.701	48.333
RANCHO EL COYOTE	0.224	8.114	41.429
JORULLO PARADISE	0.224	5.985	42.029
AGENCIAS DE VIAJES	0.172	4.743	37.179
VENDEDORES AMBULANTES	0.073	2.477	35.802
GUIAS DE TURISTAS	0.078	1.83	50.877

REPS	0.086	0.796	35.802
DIRECCIÓN DE TURISMO Y MUNICIPIO	0.108	0.767	38.158
RAMÓN GONZALEZ LOMELÍ (ASESOR 1)	0.052	0.474	36.709
VALLARTA VERDE	0.022	0.391	34.524
DIPUTADO LOCAL	0.009	0.24	29
COMISIÓN NACIONAL FORESTAL	0.039	0.164	34.94
INSTITUTO TECNOLOGICO JOSÉ MARIO MOLINA PV	0.026	0.14	34.94
UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA (CUCOSTA)	0.052	0	35.802
PROYECTISTA	0.022	0	34.94
EMPRESARIOS HOTELEROS	0.103	0	36.25
ADMINISTRACIÓN DE CRUCEROS	0.129	0	36.709
INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL	0.069	0	34.524
SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	0.069	0	34.524
CONFEDERACIÓN PATRONAL DE LA REPÚBLICA MEXICANA	0.026	0	34.524
SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO	0.017	0	34.524
CARLOS GUZMAN (ASESOR 2)	0.017	0	34.524
AEROLINEAS	0.060	0	35.802
GOBIERNO ESTATAL	0.022	0	35.802
CAMARA NACIONAL DE COMERCIO	0.013	0	34.524
SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES	0.004	0	33.333
GRUPO CICLISTA	0.034	0	34.524
FINANCIERA NACIONAL	0.009	0	33.333
UNIÓN DE CREDITO	0.004	0	33.333

Fuente: Elaboración propia con base en la información recabada mediante el software UCINET 6.

Tal como se pudo constatar en la tabla 1, al referirse a medidas de centralidad, el participante con mayor influencia es Canopy River, ya que se trata de una organización madura cuyo manejo de sus productos y administración resulta bastante favorable en la dinámica turística, y posteriormente se encuentra la figura ejidal, misma que tiene presencia en los 3 emprendimientos del Jorullo como un miembro adicional, en tanto que una tercera posición en este apartado es compartida por REC y Jorullo Paradise, y esto resulta favorable debido a que tienen un importante grado de centralidad para tratarse de organizaciones que se encuentran aún en etapa de desarrollo para fomentar el capital de tipo puente.

Por otro lado, la intermediación es un factor determinante para el sector turístico, dada la importante variedad y diversidad de participantes que se encuentran inmersos, y en el caso analizado el participante con mayor puntuación en este indicador es la figura ejidal, debido a su poder de negociación en el sector y por ser el actor más longevo del espacio rural antes mencionado. En un tercer lugar se encuentra REC, ya que su etapa de desarrollo le demanda establecer relaciones principalmente para asesoría y gestión de apoyos (capital social de tipo escalera).

En el indicador de cercanía se tiene que los actores principales son los guías de turistas, ya

que su interacción en el sector turismo tiende a ser directo con la demanda, y en base a esto establecer conexiones con otros participantes, por lo que deben permanecer en estrecha comunicación con cada uno de ellos.

El segundo participante de mayor cercanía es el Canopy River, el participante de la oferta turística con mayor amplitud de productos disponibles para los consumidores, por lo que, dicha demanda requiere también que las relaciones con los demás participantes sean cortas y efectivas para sostener dicha gama de atracciones. Por otro lado, el ejido El Jorullo es el tercer participante en razón de cercanía, ya que su participación en el sistema turístico resulta determinante ante su injerencia en las decisiones que se efectúan en los 3 emprendimientos dentro del mismo.

CONCLUSIONES

Tal como se observó en el apartado de discusión de resultados, la participación que tiene cada uno de los actores identificados en la dinámica relacional del clúster turístico del ejido “El Jorullo”, que constituye la pregunta central de la investigación, se encuentra diversificada, ya que cada uno de ellos han tenido diferentes tipos y niveles de participación dentro de las múltiples etapas de cada uno de los emprendimientos encontrados, pero se resalta la importancia que conlleva la figura ejidal dentro del sistema como un actor determinante cuya clasificación es de capital social de unión por los lazos íntimos que ejerce, ya que tiene participación en las 3 organizaciones y los beneficios obtenidos de estos nexos son tanto operativos como de intermediación con el exterior, al ser el mayor intermediario entre todos los participantes observados.

En ese sentido, se encuentra necesario trabajar en las conexiones o el capital social de puente entre Canopy River, Jorullo Paradise y REC para que en el caso de estos 2 últimos puedan fortalecer su participación con los demás actores relacionados a la actividad turística, esto es, se reconoce la necesidad de fortalecer las relaciones existentes entre los participantes del ejido a su interior para mejorar su participación al exterior de sus empresas que aún se encuentran en etapa de maduración, o dicho de otro modo, fomentar el capital relacional como un medio para incrementar su competitividad.

A manera de conclusión general, se identificó que el ARS se encuentra complementado con una importante diversidad de indicadores tales como la densidad de la red, la centralidad, centralidad de intermediación y cercanía que pueden considerarse como cuantitativos derivado de sus formas de cálculo y estos representan insumos valiosos para su interpretación y correlación, que permita tomar mejores decisiones en estos emprendimientos, sin embargo, en el presente estudio se enfocó en la dinámica relacional de los participantes relacionados a un sistema específico que opera en el ámbito turístico, y los aspectos cualitativos se consideraron como indispensables para esta aproximación inicial, misma que pretende dar pauta a futuras investigaciones a mayor profundidad y apoyadas en otros paradigmas de investigación.

REFERENCIAS

- Arechavala Vargas, R., & Hernández Águila, E. D. (2014). Modelo de procesos de clusterización en empresas de Jalisco. En R. Arechavala Vargas, *Procesos de clusterización en Jalisco. Retos del aprendizaje y la colaboración interempresarial* (págs. 13-26). Universidad de Guadalajara.
- Arriagada, I., Miranda, F., & Pávez, T. (2004). *Lineamientos de acción para el diseño de programas de superación de la pobreza desde el enfoque del capital social*. Santiago de Chile: Naciones Unidas. CEPAL.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación.
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Johnson, J. C. (2013). *Analyzing Social Networks*. Sage.
- Borgatti, S. P., Mehra, A., Brass, D. J., & Labianca, G. (2009). Network Analysis in the Social Sciences. *Science*, 892-895. DOI: 10.1126/science.1165821
- Borgatti, S., Everret, M., & Freeman, L. (2002). *Ucinet for Windows: Software for Social Networks Analysis*. Harvard University Press.
- Cabrini, L. (2002). *Turismo, desarrollo rural y sostenibilidad. Presentación en la VII Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)*. Jaen, España.
- Castro, U. (2009). *Estructuras regionales emergentes y desarrollo turístico sustentable: la región Costa Sur de Nayarit, México (Tesis de doctorado)*. Universidad de Guadalajara.
- Díaz García, M. d. (2019). *Clubes de productos turísticos como estrategia de negocios para el fortalecimiento de la comercialización de los productos turísticos del ejido El Jorullo (Tesis de maestría)*. Universidad de Guadalajara.
- Durkheim, É. (1893). *The division of labour in society*. McMillan.
- Elías, S. R., & Tuma, C. M. (2009). Turismo y teoría de clusters, las potencialidades de la localidad de Monte Hermoso. *Aportes y Transferencias*, 13(1), 67-92.
- Espinoza Sánchez, R., Andrade Romo, E., Chávez Dagostino, R. M., & Cornejo Ortega, J. L. (2018a). Turismo rural, neorruralismo y calidad de vida en Bahía Banderas, México: Caso El Jorullo. En J. C. Picón Cruz, D. Caravaca Mendoza, A. Hernández Ulate, & L. Obando Villegas, *Experiencias de Turismo Rural en América Latina y El Caribe* (págs. 55-84). Universidad Nacional de Costa Rica.
- Espinoza Sánchez, R., Chávez Dagostino, R. M., & Andrade Romo, E. (2012). Lo Global-Local como base del turismo y la sustentabilidad. Una aproximación a la discusión teórica conceptual. En Á. López López, G. López Pardo, E. Andrade Romo, R. M. Chávez Dagostino, & R. Espinoza Sánchez, *Lo Glocal y el Turismo. Nuevos paradigmas de interpretación* (págs. 30-39). Academia Mexicana de Investigación Turística A.C.

- Espinoza Sanchez, R., Morales Martínez, D. M., Larmat González, R. L., & Cornejo Ortega, J. L. (2018b). Los emprendimientos sociales turísticos como estrategia para el desarrollo local endógeno. Caso "Canopy El Indio" y el "Chorrillo". *Turismo y Desarrollo Local*, 11(24). Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turedes/24/emprendimientos-turisticos-desarrollo.html>
- Espinoza, R., Covarrubias, Z. J., & Cornejo, J. L. (2014). Un acercamiento al estudio del paisaje apoyado en la ecología de la población empresarial turística. En J. C. Monterrubio, & A. López, *De la dimensión teórica al abordaje empírico del turismo en México* (págs. 95-102). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Flores Navarro, K. L., & Sandoval Velázquez, I. V. (2017). El territorio de El Jorullo. En R. M. Chávez Dagostino, Y. Sánchez González, & S. Fortes, *De campesinos a empresarios: experiencia turística del ejido El Jorullo* (págs. 23-40). Universidad de Guadalajara.
- Forni, P., Siles, M., & Barreiro, L. (2004). *¿Qué es el Capital Social y cómo Analizarlo en contextos de Exclusión Social y Pobreza?*. The Julian Samora Research Institute, Michigan State University.
- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society and development. *Third World Quarterly*, 7-20.
- Gray, B. (1989). *Finding Common Ground for Multiparty Problems*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Hanifan, L. J. (1916). The Rural School Community Center. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 130-138.
- Hernández Sampieri, R. (2012). *Metología de la investigación*. Cengage.
- Ibañez, R., & Villalobos, I. (2012). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. En A. Ivanova, & R. Ibañez, *Medio Ambiente y Política Turística en México* (págs. 17-34). Instituto Nacional de Ecología.
- Icart Isern, M. T. (2012). Fundamentos de la investigación científica. En M. T. Icart Isern, A. M. Pulpón Segura, E. M. Garrido Aguilar, & P. Delgado-Hito, *Cómo elaborar y presentar un proyecto de investigación, una tesina y una tesis* (págs. 17-22). Universitat de Barcelona.
- IIEG. (Mayo de 2018). www.iieg.gob.mx. Obtenido de <https://www.iieg.gob.mx/contenido/Municipios/PuertoVallarta.pdf>
- Khalilzadeh, J., & Wang, Y. (2017). The economics of attitudes: A different approach to utility functions of players in tourism marketing coalitional networks. *Tourism Management*, 14-28. DOI: 10.1016/j.tourman.2017.09.018
- Kuz, A., Falco, M., & Giandini, R. (2016). Análisis de redes sociales: un caso práctico. *Computación y Sistemas*, 89-106. <https://doi.org/10.13053/cys-20-1-2321>

- Leonard, R., & Onyx, J. (2003). Networking through loose and strong ties: An Australian qualitative study. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 189-203. <https://doi.org/10.1023/A:1023900111271>
- López Fernandez, M., Martín Alcázar, F., & Romero Fernandez, P. (2007). Una revisión del concepto y evolución del capital social. *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*, 1060-1073.
- López Lopez, Á., López Pardo, G., Andrade Romo, E., Chávez Dagostino, R. M., & Espinoza Sánchez, R. (2012). Introducción. En Á. Lopez Lopez, G. López Pardo, E. Andrade Romo, R. M. Chávez Dagostino, & R. Espinoza Sánchez, *Lo glocal y el turismo nuevos paradigmas de interpretación* (págs. 13-22). Academia Mexicana de Investigación Turística A.C.
- López Ramos, J. L., González Gutiérrez, L. R., & Villanueva Sánchez, R. (2017). Turismo y Desarrollo Comunitario: El caso del ejido El Jorullo en Puerto Vallarta, Jalisco. *COODTUR III Turismo para el desarrollo local y la conservación* (págs. 491-500). Universidad Nacional Costa Rica.
- Martínez, T. (2000). *Manual para la identificación, formulación y evaluación de empresas e turismo rural en México*. Cestur.
- Marx, K. (1894). *Capital Volume III*. New York: International Publishers.
- Massam, B. (2002). *Quality of Life: public planning and private living*. Oxford.
- Merinero Rodríguez, R., & Pulido Fernández, J. I. (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, 173-193.
- Miles, R. E., & Snow, C. C. (1992). Causes of Failure in Network Organizations. *California Management Review*, 53-72.
- Nava Zazueta, M., & Mercado-Celis, A. (2019). Redes de gobernanza en el clúster turístico de Mazatlán. *Región y sociedad*, 1-22. <https://doi.org/10.22198/rys2019/31/1003>
- Nava-Zazueta, M. (2013). *Innovación en el territorio y capacidad competitiva de los destinos turísticos. Redes y capital territorial en Mazatlán*. Juan Pablos y Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Ngo, T., Hales, R., & Lohmann, G. (2018). Collaborative marketing for the sustainable development of community-based tourism enterprises: a reconciliation of diverse perspectives. *Current Issues in Tourism*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1446919>
- Ngo, T., Lohmann, G., & Hales, R. (2018). Collaborative marketing for the sustainable development of community-based tourism enterprises: voices from the field. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1443114>
- Park, S. H. (1996). The Interfirm Collaboration in Global Competition. *Multinational Business Review*, 94-106.

- Perkins, R., & Khoo-Lattimore, C. (2019). Friend or foe: Challenger to collaboration success at different lifecycle stages for regional small tourism firms in Australia. *Tourism and Hospitality*, 1-14. <https://doi.org/10.1177/1467358419836719>
- Pharr, S. J., & Putnam, R. D. (2000). *Disaffected Democracies: What's troubling the trilateral countries?*. Princeton University Press.
- Porrás, S. T. (2003). De la competencia a la colaboración: hacia nuevas formas de organización. *Denarius*, 99-124.
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 73-93.
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*, 77-90.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: the collapse and revival of american community*. Simon and Schuster.
- Requena, F. (1991). *Redes sociales y mercado de trabajo. Elementos para una teoría del capital relacional*. Centro de Investigaciones Sociológicas y Siglo XXI de España Editores.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2015). *Administración*. Pearson.
- Sánchez González, Y. (2017). El proyecto turístico comunitario: la experiencia de Canopy River. En R. M. Chávez Dagostino, Y. Sánchez González, & S. Fortes, *De campesinos a empresarios: experiencia turística del ejido El Jorullo* (págs. 145-176). Universidad de Guadalajara.
- Saz-Gil, M. I., & Gómez-Quintero, J. D. (2015). Una aproximación a la cuantificación y caracterización del capital social: una variable relevante en el desarrollo de la provincia de Teruel, España. *EURE*, 29-51. <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612015000300002>
- SECTUR (2013). *PROGRAMA Sectorial de Turismo 2013-2018*. México: Diario Oficial de la Federación.
- SECTUR. (2014). *secturjal.jalisco.gob.mx*. Obtenido de https://secturjal.jalisco.gob.mx/sites/secturjal.jalisco.gob.mx/files/u16/agenda_puerto-vallarta.pdf
- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco. (2019). *secturjal.jalisco.gob.mx*. Recuperado el 07 de 08 de 2020, de <https://secturjal.jalisco.gob.mx/invierte-en-jalisco/estadisticas>
- Tapia López, R. A. (2019). *Propuesta de un sistema administrativo para la empresa El Jorullo Paradise (Tesis de maestría)*. Universidad de Guadalajara.
- Terra Extrema Vallarta. (2005). *Diseño del Proyecto: servicio de Canopy para recreación como parte del plan ecoturístico "Terra Extrema Vallarta"*. Terra Extrema Vallarta.

- Vargas Vázquez, A., & Rodríguez Herrera, I. M. (2012). Análisis de redes sociales y su aplicación en la gestión turística. Caso Real de Asientos, Aguascalientes, México. En T. Cuevas Contreras, & R. Varela Juárez, *Competitividad, Innovación e Imaginario en el Tejido Socioeconómico. Una Aproximación Teórico-metodológica en Turismo* (págs. 177-192). México D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Vargas Vázquez, A., & Rodríguez Herrera, I. M. (2014). Dinámica relacional de la gestión turística en el pueblo mágico de Calvillo, Aguascalientes, México. *Teoría y Praxis*, 137-159.
- Velázquez, A., & Aguilar, N. (2005). *Manual introductorio al análisis de redes sociales*. Universidad Autónoma del Estado de México y Universidad Autónoma de Chapingo.
- Verduzco Villaseñor, M. d. (2019). *Propuesta de planeación estratégica como herramienta para la administración de negocios y la calidad de vida laboral del Emprendimiento social Rancho el Coyote (Tesis de maestría)*. Universidad de Guadalajara.
- Walker, N. T. (1984). Partnership perspectives in tourism and recreational property. *Tourism Management*, 25-34. <https://doi.org/10.1108/eb006566>
- Weber, M. (1914). *The Theory of Social and Economic Organisation*. Free Press.
- Woolcock, M. (2001). The place of social capital in understanding social and economic outcomes. En Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). *The contribution of human and social capital to sustained economic growth and well-being*, 65-88.