

25
años

 **UCLM**
UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA

Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca



Documento de trabajo

SEMINARIO PERMANENTE DE CIENCIAS SOCIALES

DELIMITACIÓN DE LOS DISTRITOS TURÍSTICOS: PROBLEMÁTICA Y ORIENTACIONES

Ángela Martínez Pérez
Dioni Elche Hortelano
Pedro Manuel García Villaverde

SPCS Documento de trabajo 2010/16

<http://www.uclm.es/CU/csociales/DocumentosTrabajo>

Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca | Avda. de los Alfares, 44 | 16.071-CUENCA
Teléfono (+34) 902 204 100 | Fax (+34) 902 204 130

© de los textos: sus autores.

© de la edición: Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca.

Autores:

Ángela Martínez Pérez

Angela.Martinez@uclm.es

Dioni Elche Hortelano

Dioni.Elche@uclm.es

Pedro Manuel García Villaverde

Pedro.GVillaverde@uclm.es

Edita:

Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca

Seminario Permanente de Ciencias Sociales

Directora: Silvia Valmaña Ochaita

Secretaria: María Cordente Rodríguez

Avda. de los Alfares, 44

16.071–CUENCA

Teléfono (+34) 902 204 100

Fax (+34) 902 204 130

<http://www.uclm.es/CU/csociales/DocumentosTrabajo>

I.S.S.N.: 1988-1118 (ed. en línea)

D.L.: CU-532-2005

Impreso en España – Printed in Spain.

DELIMITACIÓN DE LOS DISTRITOS TURÍSTICOS: PROBLEMÁTICA Y ORIENTACIONES

Ángela Martínez-Pérez¹, Dioni Elche-Hortelano y Pedro M. García-Villaverde

Departamento de Administración de Empresas-Universidad de Castilla-La Mancha

RESUMEN

La literatura tradicional sobre aglomeraciones territoriales ha incidido en los criterios de delimitación de los distritos, como un aspecto metodológico básico para analizar la existencia del “efecto distrito” en el ámbito de los sectores industriales. Sin embargo, son recientes y escasos los trabajos que han abordado el estudio de los distritos turísticos, a pesar del rápido crecimiento de este sector en los últimos años. Estos trabajos encuentran dificultades para delimitar los distritos turísticos, en los que se interconectan aspectos geográficos, económicos, sectoriales, sociales y culturales. Son todavía residuales los trabajos que han tratado de identificar los distritos turísticos existentes en una determinada zona geográfica. Éstos destacan la necesidad de considerar las características específicas del sector turístico. Nuestro objetivo es aproximarnos a la identificación y delimitación de los distritos turísticos. Para ello, revisamos la literatura que ha estudiado y aplicado diversos criterios de delimitación de los distritos, centrada principalmente en los distritos industriales, y aportamos orientaciones sobre cómo abordar esta cuestión en el ámbito de los distritos turísticos.

Palabras clave: distritos turísticos, aglomeraciones territoriales, delimitación geográfica, estado del arte.

Indicadores JEL: L22, L83.

¹ Angela.Martinez@uclm.es

ABSTRACT

Traditional literature on regional clusters has a great impact on districts delimitation criteria, since it is considered a basic methodological aspect to analyze the existence of “district effect” on industrial sectors. However, studies on tourist districts are few and new, despite of the rapid growth of this sector over the last years. These studies find it difficult to define tourist districts, where geographical, economic, sectorial, social and cultural aspects are interconnected. Studies aiming to identify existing tourist districts on a specific geographical area are still residual. They highlight the importance of taking into account the tourism sector’s specific characteristics. Our aim is to get close to the tourist districts’ identification and delimitation. In order to achieve this goal, we analyze the literature studying and applying different criteria of districts’ delimitation, focused mainly on industrial districts, and we provide guidelines on how to address this issue in the context of the tourist districts.

Keywords: tourist districts, territorial agglomerations, geographical delimitation, state of the art.

JEL codes: L22, L83.

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace varias décadas, el estudio de las aglomeraciones territoriales de empresas revela la incidencia de pertenecer a un distrito o cluster sobre los resultados de las pequeñas y medianas empresas que los integran (Hernández y Soler, 2003; Paniccia, 1999). Las ventajas competitivas de estas empresas parecen estar ligadas, en cierto grado, a las condiciones que prevalecen en el territorio que les rodea (Camisón, 2003). Este fenómeno se denomina “efecto distrito” y se ha justificado tradicionalmente por la generación de economías de aglomeración. Diversos estudios confirman que los sectores industriales presentan niveles de concentración muy superiores a los sectores de servicios. Por ello, se han abordado las externalidades vinculadas a la localización como un fenómeno de la industria. En cambio, trabajos recientes muestran que los servicios tienen sus propias estrategias de localización y en los últimos años se empiezan a estudiar las aglomeraciones en el sector servicios (Tickell, 2002).

En la literatura más reciente están apareciendo trabajos que aplican la teoría de los sistemas productivos locales al sector turístico (Aurioles, Fernández y Manzanera, 2008; Lazzaretti y Petrillo, 2006; Merinero, 2008; Michael, 2007; Novelli, Schmitz y Spencer, 2006; Weidenfeld, Butler y Williams, 2009). Los distritos turísticos mantienen características comunes a las asignadas tradicionalmente a los distritos industriales (Hjalager, 2000): interdependencia entre las empresas, límites flexibles de las empresas, relaciones de cooperación y competencia, confianza sostenida a través de la colaboración entre los actores y una comunidad cultural con el soporte de las políticas públicas. Nosotros consideramos que el sector turístico tiende a la concentración geográfica y, por tanto, puede estudiarse a través del modelo de distrito industrial.

Los trabajos que estudian los distritos turísticos se centran fundamentalmente en los agentes que actúan en un determinado territorio y las relaciones productivas que se establecen entre ellos, aproximándose a la noción de distrito turístico. La mayoría de ellos asumen a priori la existencia de distritos turísticos en un territorio determinado. Sin embargo, son muy escasos los estudios que se centran en delimitar empíricamente las zonas geográficas que pueden ser consideradas distritos turísticos. Nosotros consideramos que es fundamental establecer una metodología adecuada para la identificación de aquellos territorios geográficos que constituyen distritos turísticos.

Así, nuestro objetivo es aproximarnos a la identificación y delimitación de los distritos turísticos. Para ello, revisamos la literatura que ha estudiado y aplicado diversos criterios de delimitación de los distritos, centrada principalmente en los distritos industriales, y aportamos orientaciones sobre cómo abordar esta cuestión en el ámbito de los distritos turísticos.

Para alcanzar estos objetivos, en el siguiente apartado realizamos una aproximación al concepto de distritos turísticos. A continuación, analizamos los estudios más relevantes que se han tratado de identificar distritos industriales y, más residualmente, distritos turísticos en un determinado territorio. En el último apartado presentamos una serie de conclusiones extraídas de este trabajo y algunas líneas para futuras investigaciones.

2. UNA APROXIMACIÓN AL DISTRITO TURÍSTICO

Las empresas que se concentran en un espacio geográfico y establecen relaciones entre sí, configuran una cadena de valor que genera ventajas competitivas globales para todo el conglomerado, primero a nivel empresarial y después a través del sistema de valor (Porter, 1990). Este tipo de red o sistema de empresas se ha conceptualizado como cluster o distrito industrial. Así, las concentraciones territoriales de pequeñas empresas en torno a una actividad económica en una determinada zona geográfica nos aproximan a la base conceptual de los distritos.

La evidencia pone de manifiesto que la competitividad de las empresas pertenecientes a los distritos industriales se genera gracias a la existencia de una serie de externalidades positivas que proporcionan a dichas empresas resultados superiores. De este modo, las empresas pequeñas, que carecen de las prácticas directivas y de los recursos de las grandes empresas, pueden llegar a ser muy competitivas (Grando y Belvedere, 2006).

En el contexto de estas aglomeraciones empresariales tiene una especial relevancia el sistema de relaciones que se establece entre las pequeñas y medianas empresas, y las imbricaciones que dichas relaciones tienen con los aspectos sociales y culturales de dicho conglomerado. En este sentido, las características locales de un determinado territorio, tales como los valores territoriales de identidad, diversidad y flexibilidad, han ido adquiriendo un mayor protagonismo (Alburquerque, 2004).

El origen del estudio de los sistemas productivos locales lo encontramos en la obra de Marshall (1890). Casi un siglo después, Becattini (1979) rescató y aplicó el concepto de distrito industrial al caso italiano. Define el distrito industrial como “una entidad socioterritorial que se caracteriza por la presencia activa tanto de una comunidad de personas como de un conjunto de empresas en una zona natural e históricamente determinada” (Becattini, 1990). Por otro lado, Porter (1990) introduce el concepto de cluster siguiendo con la idea de que las empresas que se agrupan en un espacio geográfico establecen relaciones entre ellas, configurando una cadena de valor que genera ventajas competitivas globales para el conjunto productivo.

Los argumentos anteriores ponen de manifiesto el potencial de este modelo para su aplicación a la estructura productiva turística que, generalmente, incluye un conjunto

de empresas articuladas en torno a la creación de un producto turístico global. La oferta de un producto turístico comprende normalmente diversos servicios privados (de alojamiento, de ocio, etc.), infraestructuras públicas y recursos naturales (De Rus y León, 1997). La propia naturaleza del producto turístico conlleva que, en muchas ocasiones, el destino turístico sea parte del producto final (García-Rosell, Haanpää, Kylänen y Markuksela, 2007; Kylänen, 2007). En este sentido, los principales beneficios para los visitantes son intangibles y están basados en experiencias y sensaciones. La parte tangible del producto viene dada por la existencia física de hoteles, atracciones, medios de acceso y demás infraestructuras. En este sentido, Porter (1999) hace hincapié en que el turismo no sólo depende de su atracción principal (playas o lugares de interés histórico), sino también depende del confort y el servicio de los hoteles, los restaurantes, las tiendas de recuerdos, los aeropuertos y otros modos de transporte, etc.

Consideramos que las concentraciones empresariales en el sector turístico se conforman a partir de la interrelación de los diversos elementos que componen la actividad turística: los recursos naturales y culturales, los turistas, el sector productivo, las infraestructuras, los residentes, el territorio y la vida social en general. Por tanto, detectamos una elevada complejidad en el desarrollo de la actividad turística en un contexto territorial y unos efectos multidimensionales de dicha actividad sobre la sociedad. En el sector turístico se incluyen numerosas y muy diversas actividades económicas fuertemente interrelacionadas, pero, además, el desarrollo de la actividad turística conlleva interrelaciones también con otros sectores, tanto industriales como de servicios. Por tanto, teniendo en cuenta la complejidad y alcance del sector turístico, podemos considerar el distrito turístico como el resultado de la co-localización de empresas complementarias, que no actúan necesariamente en el mismo sector, pero pueden beneficiarse de las redes existentes y de las alianzas entre los distintos miembros del distrito (Novelli et al., 2006). Así, el enfoque de la concentración debe ir más allá del análisis sectorial, incluyendo, además de las empresas turísticas, otras empresas especializadas, clientes, proveedores y una amplia gama de instituciones locales o regionales (Prats, Guía y Molina, 2008). De modo que entendemos que el sector turístico se estructura como una red multidimensional de conexiones horizontales, verticales y diagonales entre empresas (Michael, 2007). Por lo tanto, un conglomerado turístico se configura en torno a un conjunto de empresas de diversos sectores y otras

entidades vinculadas con la competencia, que ofrecen productos y servicios complementarios como una experiencia turística holística (Wang y Fesenmaier, 2007).

En este sentido, debemos tener en cuenta que las interrelaciones que se establecen entre los agentes del distrito turístico implican que la competitividad de las empresas esté condicionada por la del conjunto. Esto explica la competencia con otros distritos por la defensa de sus mercados y que en el interior de cada uno se desarrollen relaciones de competencia –y de cooperación- entre sus empresas. El factor clave para que las empresas mejoren sus niveles de competitividad está en que las ventajas competitivas extiendan su ámbito de aplicación a varios sectores. Así, las empresas deben buscar su ventaja competitiva mediante la especialización, en lugar de intentar imitar exactamente las actuaciones de otros distritos. Para ello, es necesario que las empresas construyan diferencias locales y, siempre que sea posible, recursos de carácter único para convertirlos en fortalezas (Porter, 1998: 247).

Como podemos comprobar, el sector turístico es un sector de servicios con muchas particularidades. Sin embargo, pensamos que encaja fácilmente con los enfoques que consideran los procesos de concentración de empresas como la conclusión lógica del interés de un grupo más o menos numeroso de empresas en explotar un recurso localizado en el territorio. En el caso del turismo, parece evidente que de la concentración surge la posibilidad de aprovechar economías externas a las empresas e internas al distrito que, con frecuencia, son el resultado de la cooperación entre las empresas. Además, es importante la cooperación de las empresas con las administraciones públicas para la promoción exterior de la zona, para el impulso de infraestructuras o de instituciones relacionadas con la actividad, como pueden ser las escuelas de hostelería, las oficinas de información o los patronatos de turismo (Auriol et al., 2008).

3. PROBLEMÁTICA DE LA DELIMITACIÓN DE LOS DISTRITOS EMPRESARIALES

El interés por estudiar el distrito como unidad de análisis, alternativa al sector y la empresa, ha impulsado un esfuerzo investigador sobre la definición de criterios y su aplicación para delimitar los distritos industriales. En la literatura encontramos

numerosos estudios que establecen las fronteras geográficas de los distritos industriales a diferentes niveles, tanto para el caso español, a nivel nacional (Boix y Galletto, 2004; Puig, Pla y Linares, 2008) y regional (Costa, 1988; Soler, 2000; Giner y Santa María, 2002), como para otros países (Cerejeira, 2002; Courlet y Pecqueur, 1994; Lainé, 2000; Sforzi, 1992; entre otros). Sin embargo, los estudios dirigidos a la delimitación de los distritos turísticos son escasos y muy recientes (Auriol et al., 2008; Lazzeretti y Capone, 2008).

El interés por identificar empíricamente una unidad territorial capaz de aproximarse al concepto socio-económico de distrito, en el cual interactúan la estructura productiva y la estructura social, se ha orientado a diversos niveles de análisis -regional, provincial, municipal o local-. La decisión del nivel de análisis es compleja. En primer lugar, se señala que el municipio o la localidad pueden resultar inapropiados porque el distrito generalmente se extiende entre varios municipios o localidades. Además, en numerosas ocasiones, el concepto de comunidad queda recogido por debajo de los límites administrativos regionales o provinciales, o se extiende a través de varios de estos límites. Una manera de abordar este problema es la propuesta por Sforzi (1992), a partir de la creación de áreas de mercado de trabajo local, usando los datos de movilidad residencia-trabajo, puesto que aproximan el área en la que vive y trabaja la población, constituyéndose, así, una comunidad de empresas y personas. No obstante, otros estudios aconsejan el nivel local como la unidad geográfica de análisis adecuada para estudiar los distritos (Paniccia, 1998).

Por otro lado, se debe establecer la óptica desde la cual se aborda la identificación de los distritos. Así, se puede plantear desde un ámbito cuantitativo, a través del análisis de la presencia de pequeñas y medianas empresas y la densidad de empresas especializadas en determinadas actividades (Sforzi, 1990); o desde una óptica cualitativa, enfocada a hacer operativa la “entidad socio-territorial”, basada en el sentimiento de pertenencia (Becattini, 1979). Debido a la dificultad que entraña medir el sentimiento de pertenencia, la mayoría de los trabajos empíricos han identificado los distritos industriales de manera cuantitativa.

Pasamos a realizar una revisión de la literatura más relevante referida a la delimitación de distritos industriales a diferentes niveles y, posteriormente, nos

centramos en los estudios que tratan de aplicar esta metodología a los distritos turísticos.

3.1. La delimitación de los distritos industriales

Los primeros esfuerzos por delimitar los distritos industriales en el ámbito nacional, concretamente en la provincia de Barcelona, fueron realizados por Costa (1988). Este autor trata de demostrar que la comarca del Vallès Oriental cumple con las características de los distritos industriales, aunque no los identifica geográficamente. No obstante, su metodología sirve como base para otros trabajos posteriores que sí tratan de delimitar geográficamente los distritos industriales.

Uno de los trabajos que parte de esta metodología es el de Ybarra (1991), que se centra en la Comunidad Valenciana para tratar de identificar la existencia de distritos industriales. Utiliza el Movimiento Industrial, elaborado por el Ministerio de Industria (1975-1986) para identificar territorios vinculados con sectores productivos específicos. Este estudio consta de tres etapas:

1) Identificación de aquellas actividades económicas distintivas de la Comunidad Valenciana respecto al resto de España y delimitación de las actividades que representan más del 5% del total nacional. Para ello se calcula el coeficiente de especialización² para el empleo, el capital invertido y el número de nuevas empresas.

2) Localización de esas actividades a nivel municipal, para lo cual calcula el índice de Herfindahl (IH)³ en las tres variables antes señaladas y el coeficiente

2

$$CE_{ij} = \frac{E_{ij} / E_j}{E_i / E_n}$$

Donde:

E_{ij} se refiere al volumen de empleo u ocupados de la rama i en la entidad territorial j ,

E_j indica el total de empleo en la entidad territorial j ,

E_i es la variable que muestra el total del empleo de la rama i ,

E_n recoge el volumen total de empleo referida al ámbito nacional.

3

$$IH_j = \sum_{i=1}^n \left(\frac{x_{ij}}{x_j} \right)^2$$

de localización (CL) para cada municipio valenciano, que es similar al coeficiente de especialización tomando la población como unidad de análisis. Por último, calcula el peso de la actividad sectorial de cada municipio a nivel regional sobre la actividad total del sector a través del porcentaje.

3) Verificación del desarrollo de la mayor parte de la actividad específica por parte de las pequeñas y medianas empresas dentro de los municipios identificados.

El resultado de este estudio es la identificación de 170 municipios que poseían características de distritos industriales, destacando los del calzado, la alimentación, el textil y la marroquinería.

Por su parte, Sforzi (1992) realiza un estudio en Italia que constituye el punto de partida para posteriores trabajos, cuyo objetivo fundamental se centra en identificar las zonas geográficas constituidas por distritos industriales. Sforzi parte de los 955 Sistemas Locales de Trabajo (SLT), ofrecidos por el ISTAT-IRPET (1986), que se centran en la regionalización funcional del movimiento de trayecto hasta el trabajo, conectando los lugares de residencia y de trabajo

En primer lugar, Sforzi (1992) identifica cuáles de estas áreas muestran los rasgos típicos socioeconómicos del modelo de industrialización ligera, que es aquel que se corresponde con los distritos industriales marshallianos. De esta fase surgen 15 grupos diferentes de sistemas locales. Por último, se seleccionan aquellos sistemas en los que predomina la especialización industrial dominante dentro los sistemas locales caracterizados por la industrialización ligera. Como resultado de este estudio se identifican 61 distritos industriales marshallianos, que se sitúan principalmente en el noreste y centro de Italia. La delimitación basada en los SLT ha sido ampliamente utilizada en estudios posteriores. Un ejemplo de ello es el trabajo de De Propris (2005), que identifica y comprueba los sistemas locales de producción del Reino Unido.

Donde:

x_{ij} es el valor de la variable x (empleo, capital y nuevas empresas) para el sector i en el territorio j ,

x_j es el valor total de esa variable considerada en el territorio j ,

Dos años más tarde, Courlet y Pecqueur (1994) utilizan datos de la Encuesta Anual de Empresas de 1985, proporcionados por el INSEE (Institut National de la Statistique et des Études Économiques) para desarrollar una metodología basada en el mercado de trabajo local por rama de actividad. Su objetivo es detectar cuencas de empleo que puedan identificarse como distritos industriales y, para ello, se deben cumplir tres criterios: 1) una rama de actividad dentro de la cuenca debe suponer más del 10% del empleo total de la cuenca; 2) dicha actividad debe sobrepasar el 5% del empleo nacional de la rama; y, 3) la rama debe ocupar al menos 10 establecimientos de más de 10 asalariados. Como resultado de este trabajo, aparecen 44 distritos industriales, dominando aquellos vinculados con la industrial textil.

Siguiendo el enfoque de Sforzi, en 1996 el ISTAT (Istituto Nazionale di Statistica Italiano) publica un estudio en el que trata de definir de una forma más precisa la localización geográfica de los distritos industriales. Este trabajo parte de los 784 SLT, utilizando datos del Censo de 1991, cuya delimitación (ISTAT 1997) se realiza a partir de un algoritmo que consta de cuatro etapas principales y una quinta de calibrado fino⁴. La segunda fase consiste en la aplicación de cuatro coeficientes de especialización anidados a los SLT con el objetivo de identificar aquellos que pueden considerarse distritos industriales⁵. En este estudio se obtienen 199 distritos industriales, entre los que cabe destacar los integrados en el sector del textil y la confección y el del mueble y los productos para la casa.

Posteriormente, han sido numerosos los trabajos que han aplicado esta metodología para tratar de detectar SLT y delimitar distritos industriales. Destacan los trabajos de Lainé (2000), para Francia; los de Giner y Santa María (2002) y Boix y Galletto (2004), para el conjunto de España; y el de Hernández, Fontrodona y Pezzi, (2005), para Cataluña.

En el estudio de Lainé (2000) se utiliza como base territorial la zona de empleo. Los datos son tomados del INSEE y de los servicios estadísticos del Ministerio de

⁴ El algoritmo utiliza datos de población ocupada residente, población ocupada total y desplazamientos del lugar de residencia al lugar de trabajo y parte de la unidad administrativa municipal para formar el SLT.

⁵ Se identifican aquellos que están especializados en manufacturas, con una pequeña dimensión media de los establecimientos manufactureros, y con una especialización intensa en algún sector manufacturero donde predomine la pequeña y mediana empresa

Trabajo, que parten de los desplazamientos domicilio-trabajo para determinar 348 zonas de empleo en Francia. Para desarrollar una medida de la especialización del área se utilizan varios niveles de desagregación. Posteriormente se aplican cuatro criterios para establecer la concentración espacial y sectorial de establecimientos: 1) deben existir al menos 5 establecimientos en la misma actividad y que, entre 3 de ellos, tengan al menos 5 asalariados; 2) que haya al menos 100 empleos asalariados en la misma actividad; 3) que la densidad de los establecimientos, tanto en la misma actividad como en la misma área, debe ser al menos el doble de la media francesa; y, 4) que, midiendo la especialización en términos de establecimientos en la actividad, ésta no sea inferior a la media francesa.

Además, una aglomeración de establecimientos especializados tendrá una masa lo bastante importante para conformar un sistema local de producción si se cumple que: a) el número mínimo de establecimientos es de 20, con al menos 400 asalariados y, b) existen entre 10 y 19 establecimientos, con al menos 800 asalariados. Esta misma metodología será aplicada más tarde por Santa María, Giner y Fuster (2004) para estudiar el sector del calzado en España.

Dentro de la misma línea de investigación, Giner y Santa María (2002) utilizan la antigua metodología definida por el Ministerio de Industria italiano para identificar los distritos industriales existentes en la Comunidad Valenciana. Se determinan los SLT observando el lugar de residencia y el lugar de trabajo de la población empleada en los 593 municipios que existen en esa comunidad. La fuente de datos es el Censo de Población de 1991. Esta aplicación no había sido posible hasta ahora al caso español, al no disponer de datos de movilidad laboral intermunicipal en el Censo de 2001.

En cuanto al trabajo de Boix y Galletto (2004), siguen la metodología italiana del ISTAT para identificar en España los SLT y los potenciales distritos industriales. Utilizan datos de movilidad laboral intermunicipal en el Censo de 2001 y datos del DIRCE (Directorio Central de Empresas). Sin embargo, los censos españoles no proporcionan datos sobre las empresas, sólo sobre la población. Para superar esta limitación, forman una base de datos a partir de varias fuentes. Para poder aplicar esta metodología al caso español, ha sido necesario introducir dos modificaciones:

1.- En España no se dispone del censo industrial, por lo que se utilizan datos del DIRCE para identificar aquellos establecimientos productivos por encima y por debajo de 250 trabajadores (gran empresa). Esto obliga a que se integren los trabajadores en dos tramos y a que se adapten las agrupaciones sectoriales.

2.- Debido a la tendencia a la concentración de grandes empresas en zonas industriales, se produciría un sesgo en el proceso de identificación de distritos industriales. El problema se soluciona cambiando el coeficiente de localización zonal por un coeficiente de concentración simple. Este coeficiente nos informa del porcentaje de ocupados en el SLT en establecimientos de menos de 250 trabajadores. Si el coeficiente es superior al 50%, los sistemas serán considerados de pequeña y mediana empresa.

Los resultados más relevantes del estudio son la obtención de 806 SLT, de los cuales 237 tienen características de distrito industrial. Los sectores donde los distritos industriales son más importantes son textil y confección, cuero y calzado y muebles.

A finales del año 2005, el ISTAT revisa la metodología de identificación de distritos industriales en Italia, introduciendo mejoras sobre los procedimientos anteriores (ISTAT, 1996 y 1997). Entre estas mejoras podemos destacar los índices de prevalencia, tres intervalos de dimensión de empresa, y controles adicionales en los SLT de pequeña dimensión.

La aplicación para España se realiza por Boix y Galletto (2006), que utilizan como unidades territoriales los 806 SLT identificados en Boix y Galletto (2004). A través de los datos de SABI de 2001 crean la base de datos formada por las pequeñas y medianas empresas manufactureras. Al recoger esta fuente de datos la ocupación por empresa y no por establecimiento, se comparan, para cada SLT, el número de grandes empresas con el número de establecimientos del DIRCE con más de 250 ocupados y, partir de ahí, se realiza un ajuste. Por último, la ocupación en pequeñas empresas se obtiene como la diferencia entre la ocupación censal y la base de datos de medianas y grandes empresas. A través de este método se identifican 205 distritos industriales.

Desde un enfoque diferente a los anteriores, Soler (2000) trata de verificar cuantitativamente qué sistemas productivos valencianos cumplen con las hipótesis del distrito industrial. Parte de los datos sobre empleo los obtiene del directorio industrial desarrollado por el IMPI (Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa) del Ministerio de Industria para el año 1992. Inicialmente comprueba que esos sectores cumplen las precondiciones de localización del distrito industrial, detectando las principales aglomeraciones territoriales industriales de cada sector. Posteriormente, procede a validar que esas aglomeraciones cumplen las características estructurales del distrito industrial y detecta si esas aglomeraciones son especializadas -que serían candidatas a distrito industrial- o diversificadas. Los estadísticos que utiliza para detectar las áreas geográficas son el índice de Herfindahl (IH), para calcular el nivel de especialización productiva de la Comunidad Valenciana; y el coeficiente de especialización (CE), para determinar el grado de presencia de un sector en un territorio respecto a la presencia de ese sector en el conjunto de la Comunidad Valenciana. Soler (2000) obtiene que, de los 12 sectores que forman el 90% del empleo en la Comunidad Valenciana, 4 de ellos (textil, calzado, cerámico y mueble) cumplen con las precondiciones necesarias para ser denominados distritos industriales.

Un año después, Juste (2001) utiliza datos del Censo de Locales de Castilla y León (1990) y del Censo de Población (1991) para delimitar zonas geográficas caracterizadas como distritos industriales en Castilla y León. Juste (2001) parte de aquellos municipios que tienen un tamaño y un nivel de especialización mínimo para identificar los municipios que tienen una mayor concentración/especialización industrial. Después agrega a estos municipios aquellos que se incluyen en su área de influencia. El estudio identifica 16 municipios especializados, que se corresponden con 11 sistemas productivos locales, destacando los sectores del mueble y la madera, el textil y la transformación del metal.

Por su parte, Cerejeira (2002) utiliza las características de los modelos de organización industrial definidos por Sforzi (1992) para identificar en el territorio portugués los distritos industriales. Las variables que utiliza para llevar a cabo su estudio proceden de los *Quadros de Pessoal* del Ministerio de Trabajo y Solidaridad y del Instituto Nacional de Estadística. En su trabajo elige un concepto operacional de los distritos industriales -variables cuantitativas-, y examina cuales de los sistemas productivos locales (*concelhos*) cumplen en mayor grado estos atributos. Las variables

utilizadas para esta delimitación son las siguientes: a) la tasa de industrialización, b) el coeficiente de especialización manufacturero, c) la densidad de empleo en las pequeñas y medianas empresas, y d) el índice de aglomeración industrial. Como resultado del estudio, Cerejeira (2002) afirma que el 13% del empleo se encuentra localizado en distritos industriales, siendo los sectores manufactureros más relevantes el textil, el calzado y el mueble de madera.

Uno de los últimos estudios que trata de delimitar los distritos industriales, esta vez en el sector del textil-confección en España, es el de Puig et al. (2008), que toman los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) de 2004, concretamente, los Censos de Población y Viviendas de 2001. Estos autores parten de la definición de entidades territoriales homogéneas para, posteriormente, analizar el efecto que tiene la especialización/diversificación productiva sobre las empresas de un territorio. Se considera como unidad de análisis adecuada datos de carácter municipal. A partir de aquí establecen la localización geográfica de las principales concentraciones por medio de test estadísticos, a través del coeficiente de especialización, y la localización territorial de los distritos industriales, para lo que siguen cuatro criterios: 1) la información extraída es desagregada a dos dígitos de la CNAE-93 en municipios con menos de 500 ocupados; 2) el número de empresas textiles en esa población debe ser al menos de 10; 3) debe existir una continuidad espacial, es decir, los municipios deben estar próximos geográficamente; y, 4) el coeficiente de especialización debe mostrar una alta dependencia socio-económica, por lo que deberá ser al menos de 10 puntos para considerarse significativo. De este trabajo se derivan 4 distritos industriales del textil-confección en España, que son el distrito de Igualada, el de Sonseca, el de Mataró y el de Alcoi-Ontinyent.

Existen otros trabajos que han tratado de identificar y analizar este fenómeno en nuestro país. Entre los más destacados tenemos: para la Comunidad Valenciana, los de Carpi (1997) y Camisón y Molina (1998); para Cataluña, el de Trullén (2002a y b); para Baleares, el de Bibiloni y Pons (2001); para Madrid, el de Celada (1999). Otras investigaciones se han centrado en identificar sistemas locales especializados con características muy similares a los distritos industriales: a nivel regional destacan Caravaca, González, López, Pérez y Silva (2000), para Andalucía; el de Climent (2000), para La Rioja; y el de Larrea (2000), para el País Vasco. Para el conjunto de España encontramos los trabajos de Vázquez Barquero (1987) y MICYT (1993).

3.2. La delimitación de los distritos turísticos

La amplia literatura sobre las concentraciones empresariales en el sector industrial contrasta con los escasos trabajos realizados sobre aglomeraciones de empresas de servicios. Si nos centramos en el sector turístico, son muy reducidos los trabajos que han tratado de identificar los distritos turísticos que se localizan en un determinado territorio. Por tanto, frente al extenso y tradicional estudio de los distritos industriales, el interés por el sector servicios es muy reciente y la investigación sobre este punto se encuentra en una etapa inicial.

La mayoría de los trabajos que han surgido hasta el momento se centran en una localidad como zona turística o un barrio determinado de una ciudad como un distrito turístico. En este sentido, destaca el trabajo de Stansfield y Rickert (1970), que se centra en el concepto basado en un distrito de recreo de negocios y, a partir de él, realiza un estudio empírico de las Cataratas del Niágara. Por su parte, Jansen-Verbeke y Ashworth (1990) utilizan los enfoques del lado de la oferta y de la demanda para examinar las asociaciones funcionales y los agrupamientos espaciales. Ashworth (1991) estudia las ciudades históricas de Groningen y Londres, considerándolas distritos turísticos y analizando las relaciones que se establecen en ellas. Getz (1993) desarrolla un modelo esquemático de un distrito de turismo de negocios donde la esencia es una relación sinérgica entre las funciones del negocio, las atracciones turísticas y los servicios esenciales. Este autor entiende que la sinergia no sólo debe crear una masa crítica de atractivos y servicios para alentar a los turistas a permanecer más tiempo, sino que, además, debe reforzar la imagen de un lugar orientado hacia las personas. Del mismo modo, Judd (1993) parte de ciudades de Estados Unidos para estudiar la importancia de la naturaleza de los componentes de las economías de aglomeración que conforman un espacio turístico, ya que la unión de los servicios y las empresas son necesarias para conseguir un espacio de máximo atractivo para los consumidores. Otro estudio importante sobre distritos turísticos urbanos es el de Pearce (1998), que considera diferentes núcleos urbanos de París como distritos industriales heterogéneos y, a partir de ahí, estudia sus características estructurales. Saxena (2005) propone que el capital relacional que circula dentro de los distritos turísticos incrementa la capacidad de aprendizaje, y trata de probarlo en tres áreas del Peak District National Park (PDNP). Novelli et al. (2006) estudian el cluster de turismo de estilo de vida saludable del Reino

Unido, con el objetivo de demostrar la importancia que tienen las aglomeraciones territoriales en el desarrollo del turismo.

En esta línea, si nos centramos en el caso español, podemos destacar el trabajo de Sorensen (2007), que estudia la geografía de la innovación de la red social del turismo en los destinos de la provincia de Málaga. Merinero (2008) utiliza el concepto de sistemas productivos locales para aplicar el análisis de redes sociales a tres ciudades medias del interior de Andalucía que son Antequera, Écija y Úbeda. Con ello pretende analizar la actividad turística a través de las características dinámicas de las relaciones, dentro del marco de los clusters turísticos. Por su parte, Prats et al. (2008) proponen un modelo denominado Sistema Local de Innovación Turística (SLIT) fusionando las características fundamentales del sistema de innovación y el análisis de redes sociales, en la industria del turismo. Además, estos autores aplican este modelo al caso de la Costa Brava Centro en Cataluña.

Los trabajos anteriores estudian las características de las aglomeraciones empresariales sin probar empíricamente la existencia de clusters o distritos. Sin embargo, Lazzeretti y Capone (2008) elaboran un trabajo cuyo objetivo sí es identificar y delimitar los sistemas turísticos. Así, utilizando como unidad territorial los 784 SLT identificados por el censo de 1991, y siguiendo la metodología propuesta por el ISTAT (1996), parten de los datos del Censo de Industria y Comercio de 2001, durante un período de visita al Departamento de Estadísticas Estructurales de Empresas (DSSF), del Instituto Central de Estadística italiano (ISTAT) y de publicaciones oficiales estadísticas de diferentes departamentos del ISTAT.

Una vez abordada la unidad de análisis, definen las actividades que pertenecen al campo de la actividad turística. Parten del informe de la Comisión Europea (2003), que incluye, entre las empresas turísticas europeas, las actividades de transporte, alojamiento, restauración y otras instalaciones de alimentos, y actividades recreativas. Para ello utilizan tres dígitos ATECO (2002) y las definiciones de la CNAE 1.1. Siguiendo el enfoque de la identificación de los sistemas locales de producción reconocida a nivel internacional, aplican cocientes de localización (Lq) a las diferentes actividades. Interpretan que los SLT con un cociente de localización por encima de uno, son de elevada especialización (concentración) en la industria y se sitúan por encima de la media nacional.

Por último, estos autores analizan la evolución de los sistemas turísticos para la década de 1991 a 2001, con el fin de poder realizar una clasificación de los sistemas locales en base a dos dimensiones: a) el grado de especialización y b) el grado de crecimiento durante el período considerado (1991-2001). A partir de estos criterios, Lazzeretti y Capone (2008) proponen cuatro categorías de SLT: 1) SLT de desarrollo local, cuyo crecimiento durante el período es limitado pero el coeficiente de localización es muy elevado; 2) zona turística o distrito turístico, en el cual tanto el coeficiente de localización como el crecimiento durante el periodo es muy alto; 3) SLT embrionarios, que presentan niveles bajos para ambos indicadores; y, 4) destinos turísticos, con un bajo coeficiente de localización, pero un crecimiento muy elevado. A partir de este estudio los autores detectaron alrededor de 300 sistemas de turismo con un valor L_q de hasta ocho. Los valores más altos se concentran en el norte (Trentino-Alto Adigio) y centro (Liguria, Toscana, Lazio e) de Italia.

Centrándonos en el caso español, Álvarez y González (2006) tratan de identificar los sistemas locales de producción turísticos en España. Para su caracterización utilizan datos del DIRCE de 2003 y se centran en las provincias como unidad de análisis y en los locales como unidades productivas. En este trabajo, desglosan las ramas de actividad en un dígito, y resultan 8 ramas diferentes, siendo una de ellas el comercio y la hostelería. Seguidamente, estiman el tamaño de los locales de producción según el número de trabajadores (empresas grandes más de 50 trabajadores) y obtienen los coeficientes de localización de las diferentes ramas en cada una de las provincias. Posteriormente aplican un análisis cluster para clasificar las provincias españolas en grupos de características similares.

Álvarez y González (2006) detectan, de este modo, 8 grupos de sistemas productivos locales similares, donde uno de ellos es aquel dedicado al comercio y hostelería. Con un análisis más detallado de los coeficientes de localización a este SPL, los autores detectan la existencia de provincias especializadas en comercio, por un lado, y provincias especializadas en hostelería, por otro. Las provincias de este segundo grupo son: Baleares, Málaga, Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de Tenerife. A partir de este grupo amplían el estudio al resto de ramas que forman el sector turístico (los transportes, las actividades de agencias de viajes y las actividades recreativas, culturales y deportivas). Calculan el porcentaje de locales que se dedican al conjunto de actividades turísticas respecto al total de locales ubicados en cada una de las provincias

que forman el cluster. También comprueban qué parte de porcentaje corresponde a cada una de las actividades. Como resultado, los autores concluyen que las cuatro provincias que conforman el sistema local de producción turística se sitúan a la cabeza del resto de las provincias españolas

Por otro lado, Auriol et al. (2008) establecen una tipología de los distritos turísticos españoles, destacando los rasgos característicos de cada categoría. Además concluyen con una reflexión sobre las consecuencias económicas del turismo sobre las economías locales. La recogida de datos se produce a nivel municipio e incluye sólo aquellos municipios de más de 1000 habitantes como consecuencia de la dificultad de acceder a la información estadística relevante. Las fuentes de datos para el cálculo de los diferentes indicadores empleados en el estudio están localizados en el INE de 2001 y de 2007, el Índice Turístico y el Índice de Actividad Económica publicados por La Caixa en su Anuario y el Ministerio de Cultura. Para llevar a cabo el primer objetivo, establecen un filtro que elimina de la base de datos aquellos municipios que no se consideran turísticos de acuerdo a los indicadores establecidos. Posteriormente, identifican el tipo de especialización en los municipios turísticos españoles a través de un análisis cluster de las variables incluidas en las bases de datos. Tras ello, obtienen los distritos turísticos que se derivan de la agrupación por proximidad geográfica de los municipios que presentan una orientación turística similar. El resultado es que 2.035 municipios, de los 3.217 municipios de más de 1.000 habitantes existentes en España, se consideran turísticos como consecuencia de la obtención de valores positivos de las variables dicotómicas empleadas o de valores superiores a la media nacional para el resto de variables.

Recientemente, y centrado en el caso de la Comunidad Valenciana, Miret, Segarra y Hervás (2010) han tratado de determinar la existencia de economías de aglomeración en la industria turística e identificar la existencia de clusters turísticos en la Comunidad Valenciana. La unidad de análisis que han utilizado es la comarca y la industria turística la identifican con el sector 55 del CNAE, la hostelería. En el estudio utilizan datos de los Censos de 1991 y 1992 con el fin de aplicar un indicador de aglomeración basado en el índice de Maurel-Sedillot (1999), para identificar las economías de aglomeración. A continuación, aplican un coeficiente de localización a estas economías, lo que pretende reconocer la existencia de algún cluster turístico. Siguiendo a O'Donoghue y Gleave

(2004), la única comarca con residuos estadísticamente excepcionales con un 5% de confianza es la de La Marina Baixa, localizada alrededor de Benidorm.

En la tabla 1 se recoge de forma resumida la revisión de los estudios anteriores.

TABLA 1: Estudios sobre la delimitación geográfica del distrito industrial y del distrito turístico

Ámbito	Distritos Industriales		Distritos turísticos	
	Nacional	Regional	Nacional	Regional
España	Costa (1988, 1992) Ybarra (1991) Giner y Santa María (2002) Boix y Galletto (2004, 2006) Puig et al. (2008)	Santa María (1999) Soler (2000) Juste (2001) Giner y Santa María (2002) Hernández et al. (2005)	Álvarez y González (2006) Aurioles et al. (2008)	Miret et al. (2010)
Europa	Sforzi (1992) Courlet y Pecqueur (1994) ISTAT (1996, 2005) Lainé (2000) Cerejeira (2002) De Propis (2005)		Lazzeretti y Capone (2008)	

Fuente: Elaboración propia

4. CONCLUSIONES

La evidencia pone de manifiesto que las empresas del sector turístico, debido a sus características especiales, muestran una tendencia hacia la concentración geográfica. De este modo, los distritos turísticos presentan un elevado potencial para ser analizados a través de la metodología de los distritos industriales. En este sentido, el objetivo planteado al inicio de este trabajo se ha centrado en el análisis de las metodologías existentes a cerca de la identificación y delimitación de los distritos turísticos.

La amplia revisión de la literatura acerca de las distintas propuestas metodológicas para delimitar, geográficamente y productivamente, los distritos de la industria turística a nivel nacional e internacional nos ha permitido lograr el objetivo del trabajo. Dicha revisión revela que diversas aportaciones proponen métodos de medida en los que establecen criterios estadísticos para la detección e identificación de los distritos industriales partiendo de su definición. No obstante, los estudios presentados en la literatura no proporcionan un conjunto sólido de criterios objetivos para poder fijar los límites sectoriales y espaciales de los distritos industriales de manera generalizada. Por tanto, apreciamos que los criterios establecidos en cada estudio suelen estar ajustados al

caso analizado. Por tanto, se ven afectados por las diferencias en las escalas geográfica y sectorial consideradas. Como muestra de ello, podemos encontrar distritos turísticos a cualquier nivel de desagregación geográfica.

La revisión realizada no permite establecer una guía que, *a priori*, incorpore una delimitación geográfica y sectorial que integre los atributos básicos de los distritos turísticos -tipos de agentes, intensidad de los vínculos entre agentes, grado de especialización, grado de densidad espacial de las actividades, amplitud de los límites geográficos, etc.-. En consecuencia, consideramos que no es posible establecer *a priori* un umbral a partir del cual concluir objetivamente acerca de la presencia de un distrito turístico.

Al no existir una metodología precisa para la identificación de los distritos turísticos, los investigadores utilizan valores de corte, a veces arbitrarios, para establecer los niveles de especialización relevantes o el tamaño de la región. De este modo, se producen importantes distorsiones en la identificación de esas áreas geográficas (Brenner, 2003; O'Donoghne y Gleave, 2004), en la validación de la existencia de economías externas de localización (Soler, 2000) y, en definitiva, en la pertenencia o no de una empresa a un distrito turístico (Puig et al., 2008). Por lo tanto, consideramos que, antes de aplicar alguno de los métodos señalados, se requiere un análisis previo para ajustar los diferentes métodos y su aplicación al caso concreto.

A partir del estudio realizado, consideramos necesario el desarrollo de una línea de investigación ligada a la identificación empírica de los distritos turísticos, puesto que resulta necesario establecer una metodología que permita identificar los distritos turísticos de una manera objetiva y sistemática, así como poder ubicarlos de manera precisa en el territorio. De este modo, sería interesante que futuros trabajos valoren la sensibilidad de la delimitación establecida a los distintos niveles de agregación, interpretando los resultados de manera cautelosa de modo que se tengan en cuenta las limitaciones de los métodos empleados.

REFERENCIAS

- ALBURQUERQUE, F. (2004). *El Enfoque del Desarrollo Económico Local*, Buenos Aires, OIT.
- ÁLVAREZ, J.A. y GONZÁLEZ, M.O. (2006). “Base de conocimientos y capacidad innovadora de los sistemas locales de producción turística españoles”, XII Jornadas AEDE, Donosti-San Sebastián.
- ASHWORTH, G. (1991). “The historic cities of Groningen: which is sold to whom?”, en G. Ashworth and B. Goodall (Eds), *Marketing Tourism and Places*, pp. 138-155 (London: Routledge).
- AURIOLES, J.; FERNÁNDEZ, M.C. y MANZANERA, E. (2008). “El distrito turístico”, *Mediterráneo Económico*, 13, pp. 299-326.
- BECATTINI, G. (1979). “Dal settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazioni sull'unità di indagine in economia industriale”, *Revista di Economia e Politica Industriale*, (1), PP. 7-14.
- BECATTINI, G. (1990). “The marshallian industrial district as a socio-economic notion”, en Pyke, F.; Becattini, G.; Sengenberger, W.; Loweman, G.; Piore, M.J. (comps. 1990), pp. 187-219.
- BIBILONI, A. y PONS, J. (2001). "El lento cambio organizativo en la industria del calzado mallorquina (1900-1960)", en Arenas, Florencio y Pons (eds.), *Trabajo y relaciones laborales en la España contemporánea*, Sevilla, pp. 355-369.
- BOIX, R. y GALLETTO, V. (2004). *Identificación de Sistemas Locales de Trabajo y Distritos Industriales en España*. MITYC, Secretaría General de Industria, Dirección General de Política para la Pequeña y Mediana Empresa (mimeo).
- BOIX, R. y GALLETTO, V. (2006). “El nuevo mapa de los distritos industriales de España y su comparación con Italia y el Reino Unido”, *Working Paper 06.04*, Departament d'Economia Aplicada, Universitat Autònoma de Barcelona.
- CAMISÓN, C. (2003). “Shared, competitive and comparative advantages: a competent-based view of the competitiveness of industrial districts”, Conference on clusters, industrial districts and firms: the challenge of globalization. Conference in honour of professor Sebastiano Brusco, Módena.

- CAMISÓN, C. y MOLINA, J. (1998). "El Distrito industrial cerámico valenciano: ¿Mito o realidad competitiva?", *Revista Valenciana d'Estudis Autonomics*, 22, pp.83-102.
- CARAVACA, I.; GONZÁLEZ, G.; LÓPEZ, P.; PÉREZ, B. y SILVA, R. (2000). "Sistemas productivos locales y medios innovadores en Andalucía", en Alonso, J.L. y R. Méndez (coords.), *Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España*. Cívitas, Madrid.
- CARPI, T. (1997). "Globalización económica y desarrollo sostenible: aportación a un debate", *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, 761, pp. 125-144.
- CELADA, F. (1999). "Los distritos industriales en la Comunidad de Madrid", *Papeles de Economía Española*, 18, pp. 200-211.
- CEREJEIRA DA SILVA, J. C. (2002). "Identification of the Portuguese industrial districts", *Working Paper Series*, núm.17, Núcleo de Investigação em Microeconomia Aplicada (NIMA), Universidade do Minho.
- CLIMENT, E. (2000). "Innovación industrial en los sistemas productivos locales de pequeña y mediana empresa de La Rioja", en Alonso, J.L. y R. Méndez (coords.), *Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España*. Cívitas, Madrid.
- COMISIÓN EUROPEA (2003). *Structure, Performance and Competitiveness of European Tourism and its Enterprises*, Luxembourg: EU.
- COSTA, M.T. (1988). "Descentramiento productivo y difusión industrial. El modelo de especialización flexible", *Papeles de economía española*, 35, pp. 251-276.
- COURLET C. y PECQUEUR B. (1994). "Les systèmes industriels localisés en France: un nouveau modèle de développement", en G. Benko et A. Lipietz (Dirs.): *Les régions qui gagnent. Districts et réseaux: les nouveaux paradigmes de la géographie économique*, Presses Universitaires de France, Paris.
- DE PROPRIIS, L. (2005). "Mapping Local Production Systems in the UK: Methodology and Application", *Regional Studies*, 39(2), pp. 197-211.
- DE RUS, G. y LEÓN, C. (1997). "Economía del Turismo. Un panorama", *Revista de Economía Aplicada*, 15 (V), pp. 71-109.

- GARCÍA-ROSELL, J.C; HAANPÄÄ, M.; KYLÄNEN, M. y MARKUKSELA, V. (2007). "From firms to extended markets a cultural approach to tourism product development", *Tourism Interdisciplinary Journal*, 55(4), pp. 445-459.
- GETZ, D. (1993). "Planning for tourism business districts", *Annals of Tourism Research*, 20(3), pp. 583-600.
- GINER, J.M. y SANTA MARÍA, M.J. (2002). "Territorial systems of small firms in Spain: an analysis of productive and organizational characteristics in industrial districts", *Entrepreneurship & Regional Development*, 14, pp. 211-228.
- GRANDO, A. y BELVEDERE, V. (2006). "District's manufacturing performances: A comparison among large, small-to-medium-sized and district enterprises", *International Journal of Production Economics*, 104(1), pp. 85-99.
- HERNÁNDEZ, J.M.; FONTRODONA, J. y PEZZI, A. (2005). "Mapa dels sistemes productius locals industrials a Catalunya", *Papers d'Economia Industrial*, 21.
- HERNÁNDEZ, F. y SOLER, V. (2003). "Cuantificación del «efecto distrito» a través de medidas no radiales de eficiencia técnica", *Investigaciones Regionales*, 3, pp. 25-39.
- HJALAGER, A.M. (2000). "Tourism destinations and the concept of industrial district", *Tourism and Hospitality Research*, 3, pp. 199-213.
- ISTAT (1996). Rapporto annuale. La situazione del Paese nel 1995. Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, Roma.
- ISTAT (1997). I sistemi locali del lavoro 1991. Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato. Roma.
- ISTAT (2005). I Sistemi Locali del Lavoro. Censimento 2001. Dati definitivi, Comunicación del 21 de julio de 2005.
- ISTAT-IRPET (1986). "I mercati locali del lavoro", en Quaderni di discussione Istat, Roma.
- JANSEN-VERBEKE, M. C. y ASHWORTH, G. (1990). "Environmental integration of recreation and tourism", *Annals of Tourism Research*, 17(4), pp. 618-622.
- JUDD, D. R. (1993). "Promoting tourism in US cities", *Tourism Management*, 16(3), pp. 175-187.

- JUSTE, J. J. (2001). Desarrollo local y mercado global: los sistemas productivos locales y la industria agroalimentaria en Castilla y León. Tesis doctoral, Departamento de Economía Aplicada, Universidad de Valladolid.
- KYLÄNEN, M. (2007). “How to dance together? Understanding inter-firm collaboration processes and practices in tourism regions”, A conference paper presented at the 23rd EGOS Colloquium, Dances of individuals and organizations, 4-7 July 2007, Vienna, Austria.
- LAINÉ, F. (2000). “Agglomérations spécialisées d’établissements et systèmes localisés de production: une approche statistiques”, Document de travail núm. H001, INSEE, Paris.
- LARREA, M. (2000). Sistemas productivos locales en la Comunidad Autónoma del País Vasco. Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, Vitoria-Gasteiz.
- LAZZARETTI, M y PETRILLO, E (2006). *Tourism Local Systems and Networking*, Elsevier, Oxford.
- LAZZARETTI, L. y CAPONE, F. (2008). “Mapping and Analysing Local Tourism Systems in Italy, 1991-2001”, *Tourism Geographies*, 10 (2), pp. 214–232.
- MARSHALL, A. (1890). *Principles of Economic*, MacMillan, London.
- MAUREL, F. y SEDILLOT, B. (1999). “A Measure of the Geographic Concentration in French Manufacturing Industries”, *Regional Science and Urban Economics*, 29, pp. 575-604.
- MERINERO, R. (2008). “Micro-cluster turísticos: El papel del capital social en el desarrollo económico local”, *Revista de Estudios Empresariales*, 2, pp. 67-92.
- MICHAEL, E.J. (2007). *Micro-clusters and networks: The growth of Tourism*, Elsevier, Oxford.
- MICYT (1993). *EXCEL Cooperación entre empresas y Sistemas productivos locales*, IMPI y Centro de Estudios de Planificación.
- MIRET, L.; SEGARRA, M.V. y HERVÁS, J.L. (2010). “Nuevas medidas de concentración espacial aplicadas al sector turístico: El papel de las externalidades en el turismo de la Comunidad Valenciana”, en Ferrari, G.;

- Mondéjar, J. y Vargas, M. (Eds.), *Impacto ambiental de las actividades económicas, Septem Ediciones*, en prensa, pp. 269-280.
- NOVELLI, M.; SCHMITZ, B. y SPENCER, T. (2006). "Networks, clusters and innovation in tourism: a UK experience", *Tourism management*, 27: 1141-1152.
- PANICCIA, I. (1998). "One, a hundred, thousands of industrial district. Organizational variety in local networks of small and medium-sized enterprises", *Organization Studies*, 19(4), pp. 667-699.
- PANICCIA, I. (1999). "The performance of IDs. Some insights from the Italian Case", *Human Systems Management*, 18(2), pp. 141-160.
- PEARCE, D.G. (1998): "Tourist districts in Paris: structure and functions", *Tourism Management*, 19 (1), pp. 49-65.
- PORTER, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press, New York. Versión española: *La ventaja Competitiva de las Naciones*. Plaza & Janés Editores, Barcelona, 1991.
- PORTER, M. (1998). "Cluster and the Economics of Competition", *Harvard Business Review*, 76 (6), pp.77-91.
- PORTER, M. (1999). *Ser competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones*, Deusto.
- PRATS, L; GUÍA, J. y MOLINA, F.X. (2008). "How tourism destinations evolve: The notion of Tourism Local Innovation System", *Tourism and Hospitality Research*, 3, pp. 178-191.
- PUIG, F.; PLA, J. y LINARES, E. (2008). "Los distritos industriales como unidad de análisis: una propuesta metodológica para su identificación", *Icade: Revista de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*, 73, pp. 321-345.
- SANTA MARÍA, M.J.; GINER, M. y FUSTER, A. (2004). "Identificación de sistemas productivos locales en España: una aproximación desde el territorio a los fenómenos industriales", *Documento de Trabajo 01/2004*, Grupo de Investigación Economía Industrial y Desarrollo Local, Universidad de Alicante.

- SAXENA, G. (2005). "Relationships, Networks and the Learning Regions: Case Evidence from the Peak District National Park", *Tourism Management*, 26, pp. 277-289.
- SFORZI, F. (1990). "The quantitative importance of Marshallian industrial districts in the Italian economy", en Pyke, F., Becattini, G. y Sengenberger, W. (Eds.), *Industrial districts and local economic regeneration*. International Institute for Labor Studies, Geneva.
- SFORZI, F. (1992). "Importancia cuantitativa de los distritos industriales marshallianos en la economía italiana", en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (Comps.): *Los distritos industriales y las pequeñas empresas*, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Colección Economía y Sociología del trabajo, vol. I, Madrid.
- SOLER, V. (2000). "Verificación de las hipótesis del distrito industrial: Una aplicación al caso valenciano", *Economía Industrial*, 334, pp. 13-23.
- SORENSEN, F. (2007). "The geographies of social networks and innovation in tourism", *Tourism Geographies*, 1 (9), pp. 22-48.
- STANSFIELD, C. y RICHERT, J. (1970). "The recreational business district", *Journal of Leisure Research*, 2(4), pp. 238-251.
- TICKELL, A. (2002). "Geography of Services: Progress in the Geography of Services III-Time to Move on?", *Progress in Human Geography*, 26, pp. 791-801.
- TRULLÉN, J. (2002a). "Barcelona como ciudad flexible. Economías de localización y economías de urbanización en una metrópolis polinuclear", en Becattini, G., Costa M.T. y J. Trullén (eds.), *Desarrollo local: teorías y estrategias*. Civitas, Madrid.
- TRULLÉN, J. (2002b). *La metròpoli de Barcelona cap a l'economia del coneixement: aglomeració central i arc tecnològic 2002*. Diputació de Barcelona.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1987). *Pautas de localización territorial de empresas industriales*, MOPU, Madrid.
- WANG, Y. y FESENMAIER, D.R. (2007). "Collaborative destination marketing: A case study of Elkhart county, Indiana", *Tourism Management*, 28 (3), pp. 863-875.

WEIDENFELD, A.; Butler, R.W. y Williams, A.M. (2009). “Clustering and compatibility between tourism attractions”, *International Journal of Tourism Research*, 12 (1), pp. 1-16.

YBARRA, J.A. (1991). “Determinación cuantitativa de distritos industriales: la experiencia del País Valenciano”, *Estudios Territoriales*, 37, pp. 53-67.