



Universitat de Girona

ESDEVENIMENTS ESPORTIUS I GENERACIÓ DE XARXES TURÍSTIQUES I ESPORTIVES

Oriol SALLENT BONAVENTURA

Dipòsit legal: Gi. 66-2014

<http://hdl.handle.net/10803/128927>

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi doctoral i la seva utilització ha de respectar els drets de la persona autora. Pot ser utilitzada per a consulta o estudi personal, així com en activitats o materials d'investigació i docència en els termes establerts a l'art. 32 del Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (RDL 1/1996). Per altres utilitzacions es requereix l'autorització prèvia i expressa de la persona autora. En qualsevol cas, en la utilització dels seus continguts caldrà indicar de forma clara el nom i cognoms de la persona autora i el títol de la tesi doctoral. No s'autoritza la seva reproducció o altres formes d'explotació efectuades amb finalitats de lucre ni la seva comunicació pública des d'un lloc aliè al servei TDX. Tampoc s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant als continguts de la tesi com als seus resums i índexs.

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el art. 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la persona autora. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara el nombre y apellidos de la persona autora y el título de la tesis doctoral. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines lucrativos ni su comunicación pública desde un sitio ajeno al servicio TDR. Tampoco se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al contenido de la tesis como a sus resúmenes e índices.

WARNING. Access to the contents of this doctoral thesis and its use must respect the rights of the author. It can be used for reference or private study, as well as research and learning activities or materials in the terms established by the 32nd article of the Spanish Consolidated Copyright Act (RDL 1/1996). Express and previous authorization of the author is required for any other uses. In any case, when using its content, full name of the author and title of the thesis must be clearly indicated. Reproduction or other forms of for profit use or public communication from outside TDX service is not allowed. Presentation of its content in a window or frame external to TDX (framing) is not authorized either. These rights affect both the content of the thesis and its abstracts and indexes.



Universitat de Girona

TESI DOCTORAL

2013



Universitat de Girona

TESI DOCTORAL

ESDEVENIMENTS ESPORTIUS I GENERACIÓ DE XARXES
TURÍSTIQUES ESPORTIVES

Oriol Sallent i Bonaventura

2013

PROGRAMA DE DOCTORAT EN TURISME, DRET I EMPRESA (MQ)

Dirigida per

Jaume Guia i Julve

Ramon Palau i Saumell

Memòria presentada per optar al títol de doctor per la Universitat de Girona

Agraïments

Agraïments als directors de tesi per ser presents cada vegada que em podia permetre tenir el rampell investigador i per guiar la meua eufòria.

A la gent propera, a qui acaba afectant aquesta llarga dedicació i sabent cobrir amb paciència els buits que he anat deixant.

I, especialment, orgullosament agraït a qui ha confiat en mi, sabia que me'n sortiria i ha tingut la constància de ser-hi en els moments importants.

Publicacions derivades d'aquesta tesi doctoral

Sallent, O; Palau, R.; Guia, J. (2011), Exploring the Legacy of Sport Events on Sport Tourism Networks, a *European Sport Management Quarterly*, 11 (4), 397-421

Contribucions a congressos derivades d'aquesta tesi doctoral

Sallent, O (2010), *Measuring the impact of sport events on sport tourism stakeholder's networks* - 18th EASM Conference, "Bridging Sport Management Across Europe, 15-18 Setembre 2010: Praga. República Txeca

RESUM

Aquesta tesi versa sobre les conseqüències derivades de la celebració de dos esdeveniments esportius pel que fa a les relacions que s'estableixen entre actors de l'àmbit turístic i esportiu en la seva localitat, i amb actors externs que s'hi relacionen. L'estudi del turisme i esport, com a disciplina que estudia les relacions entre l'esport i el turisme, ha rebut una atenció important darrerament des de la perspectiva de la generació de desenvolupament territorial. Una part específica d'aquest àmbit es centra en els esdeveniments esportius i en els impactes que generen a l'entorn. Hi ha una quantitat important de la literatura que s'ha centrat en l'anàlisi d'aquestes conseqüències, en particular sobre els impactes econòmics. Tot i això, com sovint cal recordar, també es produeixen impactes en el medi ambient, la cultura i la societat. Entre d'altres, els esdeveniments esportius afecten intensament les relacions dels agents que s'hi impliquen durant la preparació i execució de la prova. Aquesta relació, conclòs l'esdeveniment, pot continuar o pot desaparèixer. Considerant els beneficis que tenen les xarxes cohesionades i ben connectades, la creació i enfortiment de xarxes entre aquests actors hauria de ser una prioritat de les estratègies públiques i privades encaminades a la generació dels llegats d'esdeveniments.

El propòsit d'aquest estudi és explorar la generació de xarxes cohesionades i innovatives en dos esdeveniments diferents: un triatló de llarga distància a la comarca del Maresme i una marxa de bicicleta de muntanya pels Pirineus. L'anàlisi de les dades es va fer a partir de la teoria i les tècniques de l'anàlisi de xarxes socials (*Social Network Analysis*). Desenes d'actors clau de les àrees esportives i turístiques dels municipis per on passaven les proves van ser entrevistats abans no es comencés a organitzar l'esdeveniment i després de la primera i la segona edició de l'esdeveniment.

Els resultats indiquen diferències entre els dos tipus d'esdeveniments, però en general mostren que hi ha una evolució en l'estructura i en la complexitat de la xarxa,

que afecta tant els components socials, personals i econòmics de les relacions com la connectivitat entre els actors locals i externs.

L'estudi vol aportar coneixement a la recerca en conseqüències dels esdeveniments esportius i ser una crida als administradors públics cap a una planificació estratègica que consideri de manera prioritària la consecució de xarxes cohesionades entre els actors implicats.

ABSTRACT

This thesis deals with the consequences of two sporting events on the relationships between local sports and tourism actors and with external parties relating thereto. Sports tourism as a discipline that studies the relationship between sport and tourism, has received significant attention recently from the viewpoint of the generation of regional development. A specific part of this area relates to the sporting events and their impacts. A significant amount of literature has focused on analyzing the impact of sporting events, particularly on the economic impact, but, as often stated, there are also impacts on the environment, culture and society. Sporting events strongly affect the relations of agents that are involved in the competition preparation and execution. This relationship can then continue or may disappear. Considering the benefits from cohesive and well-connected networks, the creation and strengthening of networks between these actors should be a priority strategy from both public and private policies, aimed at the construction of event legacies.

The purpose of this study is to explore the creation of cohesive and innovative networks in two events: a long distance triathlon in the Maresme county and a stage mountain bike event through the Pyrenees. The data analysis was based on the theory and techniques of social network analysis. Dozens of key players in the sports and tourist areas of the municipalities where the events are organized were interviewed before and after the first and second edition of the event. The data obtained were analyzed and interpreted through social network analysis software. We found differences between the two types of events, but generally the results

show that there is an evolution in the structure and complexity of the network, affecting all components in a relation (social, personal and economic) as well as the connectivity between local actors and external.

This research wants to contribute to create knowledge in the studies on the impact of sporting events and would like to be an appeal to public administrators to plan strategically sports events to consider as a priority the achievement of cohesive networks among the actors that are involved.

RESUMEN

Esta tesis se ocupa de las consecuencias de dos eventos deportivos en las relaciones que se establecen entre actores del ámbito turístico y deportivo en su localidad y con actores externos que se relacionan.

El estudio del turismo y deporte, como disciplina que estudia las relaciones entre el deporte y el turismo, ha recibido una importante atención últimamente desde la perspectiva de la generación de desarrollo territorial. Una parte específica de este ámbito se centra en los acontecimientos deportivos y en los impactos que generan en el entorno. Hay una cantidad importante de la literatura que se ha centrado en el análisis de estas consecuencias, en particular sobre los impactos económicos. Pero, como a menudo se recuerda, también se producen impactos en el medio ambiente, la cultura y la sociedad. Así, los eventos deportivos afectan intensamente las relaciones de los agentes que se implican durante la preparación y ejecución de la prueba. Esta relación después puede continuar o desaparecer al concluir el evento. Considerando los beneficios que tienen las redes cohesionadas y bien conectadas, la creación y fortalecimiento de redes entre estos actores debería ser una prioridad de las estrategias públicas y privadas encaminadas a la generación de legados de los eventos.

El propósito de este estudio es explorar la generación de redes cohesionadas en dos eventos diferentes: un triatlón de larga distancia en la comarca del Maresme y una marcha de bicicleta de montaña por los Pirineos. El análisis de los datos se hizo a

partir de la teoria y las técnicas del análisis de redes sociales (*Social Network Analysis*). Decenas de actores clave de las áreas deportivas y turísticas de los municipios por donde pasaban las pruebas fueron entrevistados antes de que el evento tuviera lugar y después de la primera y segunda edición. Los datos fueron analizados e interpretados por medio del software de análisis de redes sociales. Los resultados indican diferencias entre los dos tipos de eventos, pero en general muestran que hay una evolución en la estructura y en la complejidad de la red, que afecta tanto a los componentes sociales, personales y económicos de las relaciones como en la conectividad entre los actores locales y externos.

El estudio quiere aportar conocimiento a la investigación sobre las consecuencias de los acontecimientos deportivos y ser un llamamiento a los administradores públicos hacia una planificación estratégica de los eventos deportivos que considere de manera prioritaria la consecución de redes cohesionadas entre los actores implicados.

Índex

RESUM.....	3
ABSTRACT.....	4
RESUMEN.....	5
Índex.....	7
Índex de figures.....	11
Índex de taules.....	12
Índex d'il.lustracions.....	17
INTRODUCCIÓ.....	18
Escenari.....	18
Emergència de l'àmbit del Turisme i Esport.....	18
La importància de les xarxes en el desenvolupament local.....	20
Les expectatives posades en l'esport i turisme com a palanques de desenvolupament.....	23
Objectius i preguntes de la recerca.....	24
Objectius.....	25
Pregunta de recerca.....	26
Estructura del document.....	27
CAPÍTOL 1.- MARC TEÒRIC.....	33
1.1.- EL TURISME ESPORTIU COM A FACTOR DE DESENVOLUPAMENT TERRITORIAL.....	33
Com es relacionen Turisme i Esport.....	33
Esport.....	34
Turisme.....	37
Recerca científica en Turisme i Esport.....	40
Desenvolupament territorial: La importància de les xarxes.....	48
El model dels Sistemes Territorials Locals (SLoT).....	50
Turisme i esport i Desenvolupament territorial.....	53
1.2.- ELS ESDEVENIMENTS ESPORTIUS.....	58

Classificació dels esdeveniments	58
Dels Jocs Olímpics a les competicions locals.....	58
Altres classificacions dels esdeveniments esportius	61
Repercussions dels esdeveniments esportius.....	62
Els esdeveniments generen conseqüències i això s'ha estudiat molt	62
Repercussió social	69
Repercussió mediambiental.....	71
Repercussions en el turisme	73
Repercussions en aspectes relacionals	76
1.3.- XARXES RELACIONALS	86
La teoria de les xarxes relacionals.....	86
Els subjectes	88
Els vincles	88
Xarxes	96
Evolució i consolidació de les xarxes.....	98
L'anàlisi de xarxes socials	101
Història de la teoria de xarxes.....	103
Conceptes bàsics d'Anàlisi de Xarxes Socials	104
CAPÍTOL 2.- METODOLOGIA.....	110
Definició de l'objecte d'estudi.....	110
Els esdeveniments estudiats	110
Els agents implicats	114
Les possibles relacions	121
Mètode d'obtenció de les dades.....	124
Entrevistes en profunditat	124
Anàlisi de continguts	128
Tractament de les dades.....	128

Representació gràfica.....	131
Descripció i determinació de variables	131
Variables per mesurar la connectivitat interna o cohesió de la xarxa	131
Variables per mesurar la connectivitat externa	132
Modularitat	132
Relació entre sectors i àmbits	133
Diferències entre els esdeveniments	135
CAPÍTOL 3.- RESULTATS I ANÀLISI DE DADES	138
Impacte dels esdeveniments en les xarxes segons tipus d'esdeveniments.....	138
Challenge.....	138
Transpyr.....	187
Comparació dels esdeveniments	253
Connectivitat interna o cohesió de la xarxa.....	253
Connectivitat Externa.....	254
Modularitat	256
Dinàmica entre àmbits i sectors.....	257
CAPÍTOL 4.- CONCLUSIONS, APORTACIONS, LIMITACIONS DE L'ESTUDI I RECERCA FUTURA	259
Conclusions	259
Sobre l'augment de relacions i components de la relació	259
Sobre l'evolució de la densitat i la centralització.....	260
Sobre la connectivitat externa	261
Sobre la dinàmica entre agents turístics i esportius	262
Sobre la dinàmica entre sector privat, públic i associatiu.....	263
Sobre la diferència entre esdeveniments	263
Conclusions sobre la metodologia emprada.....	264
Aportacions	266
A nivell acadèmic.....	266

A nivell pràctic	267
Limitacions de la recerca.....	270
Recerca futura	271
Bibliografia	273

Índex de figures

Figura 1 - Esquema de distribució de continguts a la tesi doctoral – visió general.....	24
Figura 2 - Esquema de distribució de continguts a la tesi doctoral – la causa	24
Figura 3 - Esquema de distribució de continguts a la tesi doctoral – causa i conseqüència	25
Figura 4 - Estructura del marc teòric	28
Figura 5 - La disgregació de l'esport en pràctiques alternatives	37
Figura 6 - Classificació del Turisme i esport segons les motivacions dels viatgers	46
Figura 7 - El Sistema Local Territorial i els lligams socials i territorials.....	51
Figura 8 - Representació de fugues i reinversions de la despesa.....	68
Figura 9 - Els diferents elements d'una xarxa	87
Figura 10 - Vincles forts i vincles dèbils	91
Figura 11 - Tipus de relacions segons les seves dimensions.....	95
Figura 12 - Nivells d'anàlisi de les xarxes.....	97
Figura 13 - Aproximació analítica segons el tipus de dades.....	102
Figura 14 - Centralitat local i global	105
Figura 15 - Diferents graus de centralització.....	107
Figura 16 - Actors del centre i de la perifèria.....	108
Figura 17 – Exemple de matriu d'adjacència	109
Figura 18 - Comparació entre la xarxa relacional d'abans i després de la primera edició de Challenge.....	145
Figura 19 - Comparació entre la xarxa relacional de després de la primera edició i de després de la segona edició de Challenge	148
Figura 20 - Comparació entre la xarxa relacional d'abans de la primera edició de Challenge i després de la segona edició	150
Figura 21 - Comparació entre la xarxa relacional funcional d'abans i després de la primera edició de CHALLENGE.....	153
Figura 22 - Comparació entre la xarxa relacional funcional de després de la primera edició i de després de la segona edició de Challenge.....	154
Figura 23 - Comparació entre la xarxa relacional funcional d'abans de la primera i després de la segona edició de Challenge.....	156
Figura 24 - Comparació entre les xarxes externes d'abans i després de la primera edició de Challenge.....	157
Figura 25 - Comparació entre les xarxes externes d'abans i després de la primera edició de Challenge.....	159
Figura 26 - Comparació entre les xarxes externes d'abans de la primera i després de la segona edició de Challenge.....	160
Figura 27 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional abans de la Challenge.....	166
Figura 28 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional després de la primera edició de la Challenge.....	168
Figura 29 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional després de la segona edició de la Challenge	171
Figura 30 - Xarxa de relacions funcionals abans de la Challenge segons els atributs esport, turisme i altres.....	172
Figura 31 - Gràfic de la xarxa de relacions funcionals després de la primera edició de la Challenge segons els atributs esport, turisme i altres.....	174
Figura 32 - Gràfic de la xarxa de relacions funcionals després de la segona edició de la Challenge segons els atributs esport, turisme i altres.....	175

Figura 33 - Comparació entre la xarxa relacional d'abans i després de la primera edició de Transpyr.....	212
Figura 34 - Comparació entre la xarxa relacional de després de la primera edició i de després de la segona edició de Transpyr.....	214
Figura 35 - comparació entre la xarxa relacional d'abans de la primera edició de Transpyr i després de la segona edició.....	217
Figura 36 - comparació entre la xarxa relacional funcional d'abans i després de la primera edició de Transpyr.....	219
Figura 37 - comparació entre la xarxa relacional funcional de després de la primera edició i de després de la segona edició de Transpyr.....	221
Figura 38 - Comparació entre la xarxa relacional funcional d'abans de la primera i després de la segona edició de Transpyr.....	222
Figura 39 - Comparació entre les xarxes externes d'abans i després de la primera edició de Transpyr.....	223
Figura 40 - Comparació entre les xarxes externes d'abans i després de la primera edició de Transpyr.....	225
Figura 41 - Comparació entre les xarxes externes d'abans de la primera i després de la segona edició de Transpyr.....	226
Figura 42 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional abans de Transpyr.....	231
Figura 43 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional després de la primera edició de Transpyr.....	233
Figura 44 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional després de la segona edició de Transpyr.....	236
Figura 45 - Gràfic de la xarxa de relacions funcionals abans de Transpyr segons els atributs esport, turisme i altres.....	237
Figura 46 - Gràfic de la xarxa de relacions funcionals després de la primera edició de Transpyr segons els atributs esport, turisme i altres.....	238
Figura 47 - Gràfic de la xarxa de relacions funcionals després de la segona edició de Transpyr segons els atributs esport, turisme i altres.....	239

Índex de taules

Taula 1 - Autors que han estudiat els impactes de l'esport en la indústria turística.....	56
Taula 2- Classificació dels esdeveniments.....	60
Taula 3 - Conseqüències econòmiques positives i negatives dels esdeveniments esportius..	66
Taula 4 - Conseqüències socials positives i negatives dels esdeveniments esportius.....	71
Taula 5 - Conseqüències mediambientals positives i negatives dels esdeveniments esportius.....	73
Taula 6 - Conseqüències dels esdeveniments esportius en l'àmbit del turisme.....	74
Taula 7 - Agents implicats en l'organització dels esdeveniments esportius a nivell esportiu i local segons les seves funcions.....	78
Taula 8 - Recull estudis de stakeholders i networks relacionats amb esdeveniments.....	82
Taula 9 – Característiques dels diferents tipus de relació segons Watkins i Bell.....	98
Taula 10 - Participació dels diferents punts d'etapa de Transpyr en les iniciatives Transpyr Challenge i Transpyr Spirit.....	114
Taula 11 - Estratègia d'identificació d'actors i limitació de la xarxa.....	115
Taula 12 - Agents turístics, esportius i d'altres àmbits implicats a la Challenge.....	118
Taula 13 - Agents implicats a Transpyr segons els seus atributs.....	120

Taula 14 - Tipus de relacions possibles entre agents locals i entre agents locals i agents externs.....	124
Taula 15 - Descripció dels components d'una relació a l'entrevista en profunditat.....	126
Taula 16 - Explicació dels diferents graus de vincle en relacions externs tal com s'explicava als agents entrevistats	127
Taula 17 - Llistat de matrius d'adjacència estudiades	130
Taula 18 - Representació gràfica dels atributs dels actors	131
Taula 19 – Variables utilitzades.....	137
Taula 20 - Matriu d'adjacència de la prova Challenge – tipus de components de les relacions. Situació inicial.....	139
Taula 21 - Matriu d'adjacència de la prova Challenge – tipus de components de les relacions després d'una edició. Generació de Vincles	140
Taula 22 - Matriu d'adjacència de la prova Challenge – tipus de components de les relacions després de dues edicions. Reforçament, afebliment, manteniment	141
Taula 23- Relacions entre agents locals i agents externs implicats a la Challenge. Situació inicial.....	142
Taula 24 - Relacions entre agents locals i agents externs implicats a la Challenge. Generació de vincles.....	143
Taula 25 - Relacions entre agents locals i agents externs implicats a la Challenge. Reforçament, afebliment, manteniment	144
Taula 26. Número de components en cada relació entre abans i després de la primera edició de Challenge	146
Taula 27 - Número de components en cada relació entre després de la primera i després de la segona edició de Challenge.....	149
Taula 28 - Número de components en cada relació entre abans de Challenge i després de la segona edició.....	151
Taula 29 - Diferència en la densitat de les xarxes funcionals entre abans i després de la primera edició de Challenge	154
Taula 30 - Diferència en la densitat de les xarxes funcionals entre després de la primera i de la segona edició de Challenge.....	155
Taula 31 - Diferència en la densitat de les xarxes funcionals entre abans de Challenge i després de la segona edició	157
Taula 32 - Diferència en el número d'agents externs entre abans i després de la primera edició de Challenge.....	158
Taula 33 - Diferència en el número de d'agents externs entre després de la primera i de la segona edició de Challenge.....	160
Taula 34 - Diferència en el número de d'agents externs entre abans de la Challenge i després de la segona edició.....	161
Taula 35 - Diferència entre abans i després de la primera edició de Challenge en el nombre de vincles i la densitat de la xarxa (relacionada amb els vincles possibles) entre els agents externs i interns.....	161
Taula 36 - Diferència entre després de la primera i la segona edició de Challenge en el nombre de vincles i la densitat de la xarxa (relacionada amb els vincles possibles) entre els agents externs i interns.....	162
Taula 37 - Diferència entre abans de Challenge i la segona edició en el nombre de vincles i la densitat de la xarxa (relacionada amb els vincles possibles) entre els agents externs i interns	162
Taula 38 - Comparació entre tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002) entre abans i després de la primera edició de Challenge.....	163
Taula 39 - Comparació entre tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002) entre després de la primera i la segona edició de Challenge.....	163

Taula 40 - Comparació entre tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002) entre abans de Challenge i després de la segona edició.....	164
Taula 41 - Matriu de densitat del model Centre / Perifèria de les relacions funcionals abans de la Challenge.....	165
Taula 42 - Llistat d'agents al centre (Core) i a la perifèria (Periphery) en la xarxa de relacions funcionals abans de la Challenge	165
Taula 43 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional abans de la Challenge.....	166
Taula 44 - Densitat de les taules de l'anàlisi de xarxes funcionals abans de la Challenge considerant cinc factions	167
Taula 45 - Matriu de densitat del model Centre / Perifèria de les relacions funcionals després de la primera edició de la Challenge	167
Taula 46 - Llistat d'agents al centre (Core) i a la perifèria (Periphery) en la xarxa de relacions funcionals després de la primera edició de la Challenge	167
Taula 47 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional després de la primera edició de la Challenge.....	168
Taula 48 - Densitat de les taules de l'anàlisi de xarxes funcionals després de la primera edició de la Challenge considerant dues factions.....	169
Taula 49 - Matriu d'adjacència del model Centre / Perifèria de les relacions funcionals després de la segona edició de la Challenge	169
Taula 50 - Llistat d'agents al centre (Core) i a la perifèria (Periphery) en la xarxa de relacions funcionals després de la segona edició de Challenge.....	170
Taula 51 - Resultats del model Centre / Perifèria abans de la Challenge i després de la primera i la segona edició.....	170
Taula 52 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional després de la segona edició de la Challenge	171
Taula 53 - Densitat de les taules de l'anàlisi de xarxes funcionals després de la segona edició de la Challenge considerant dues factions.....	172
Taula 54. Nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits abans de la Challenge	173
Taula 55. Nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits després de la primera edició de la Challenge i diferència amb l'any anterior	174
Taula 56. Nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits després de la segona edició de la Challenge i diferència amb l'any anterior	176
Taula 57 - Diferència en el nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits després de dues edicions de la Challenge....	176
Taula 58 - Nombre de lligams i components dels agents locals del sector privat implicats en la Challenge.....	177
Taula 59. Nombre de lligams i components dels agents locals del sector públic implicats en la Challenge.....	178
Taula 60 - Nombre de lligams i components dels agents locals del sector associatiu implicats en la Challenge	178
Taula 61 - Nombre de relacions i components dels agents locals segons el seu sector entre abans i després de la primera edició de Challenge.....	179
Taula 62 - Nombre de relacions i components dels agents locals segons el seu sector entre després de la primera i la segona edició de Challenge.....	180
Taula 63 - Nombre de relacions i lligams dels agents locals segons el seu sector entre abans de Challenge i després de la segona edició.....	181

Taula 64 - Diferents mesures de centralitat dels actors en les xarxes funcionals abans de la Challenge situats de més a menys, indicant pertinència a sector privat, públic o associatiu.	182
Taula 65 - Diferents mesures de centralitat dels actors en les xarxes funcionals després de la primera edició de la Challenge situats de més a menys , indicant pertinència a sector privat, públic o associatiu	183
Taula 66 - Diferents mesures de centralitat dels actors en les xarxes funcionals després de la segona edició de la Challenge situats de més a menys, indicant pertinència a sector privat, públic o associatiu	184
Taula 67 - Variació en la centralitat Closeness dels diferents actors de les xarxes de relacions funcionals, per àmbit públic, privat i associatiu, indicant pertinència al sector i grau de centralització de la xarxa	185
Taula 68 - Matriu d'adjacència de la prova Transpyr – tipus de components de les relacions. Situació inicial.....	187
Taula 69 - Matriu d'adjacència de la prova Transpyr – tipus de components de les relacions després d'una edició. Generació de Vincles	190
Taula 70 - Matriu d'adjacència de la prova Transpyr – tipus de components de les relacions després de dues edicions. Reforçament, afebliment, manteniment.....	193
Taula 71 - Relacions establertes entre clubs ciclistes dels diferents punts d'etapa.....	197
Taula 72 - Relacions entre agents locals i agents externs implicats a Transpyr. Situació Inicial	198
Taula 73 - Relacions entre agents locals i agents externs implicats a Transpyr. Generació de vincles.....	202
Taula 74 - Relacions entre agents locals i agents externs implicats a Transpyr. Reforçament, afebliment, manteniment.....	207
Taula 75 - Càlcul dels subgrups (components binary) de la xarxa relacional de Transpyr abans de la primera edició.....	211
Taula 76 - número de components en cada relació entre abans i després de la primera edició de Transpyr.....	213
Taula 77. Número de components en cada relació entre després de la primera i després de la segona edició de Transpyr.....	215
Taula 78 - Número de components en cada relació entre abans de Transpyr i després de la segona edició	218
Taula 79 - diferència en la densitat de les xarxes funcionals entre abans i després de la primera edició de Transpyr.....	220
Taula 80 - Diferència en la densitat de les xarxes funcionals entre després de la primera i de la segona edició de Transpyr.....	222
Taula 81 - Diferència en la densitat de les xarxes funcionals entre abans de Transpyr i després de la segona edició	223
Taula 82 - Diferència en el número de d'agents externs entre abans i després de la primera edició de Transpyr	224
Taula 83 - Diferència en el número de d'agents externs entre després de la primera i de la segona edició de Transpyr.....	226
Taula 84 - Diferència en el número de d'agents externs entre abans de Transpyr i després de la segona edició.....	227
Taula 85 - Diferència entre abans i després de la primera edició de Transpyr en el nombre de vincles i la densitat de la xarxa (relacionada amb els vincles possibles) entre els agents externs i interns.....	227
Taula 86 - Diferència entre després de la primera i la segona edició de Transpyr en el nombre de vincles i la densitat de la xarxa (relacionada amb els vincles possibles) entre els agents externs i interns.....	227

Taula 87 - Diferència entre abans de Transpyr i la segona edició en el nombre de vincles i la densitat de la xarxa (relacionada amb els vincles possibles) entre els agents externs i interns	228
Taula 88 - Comparació entre tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002) entre abans i després de la primera edició de Transpyr.....	228
Taula 89 - comparació entre tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002) entre després de la primera i la segona edició de Transpyr	229
Taula 90 - Comparació entre tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002) entre abans de Transpyr i després de la segona edició.....	229
Taula 91 - Matriu d'adjacència del model Centre / Perifèria de les relacions funcionals abans de Transpyr.....	230
Taula 92 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional abans de Transpyr.....	230
Taula 93 - Densitat de les taules de l'anàlisi de xarxes funcionals abans de Transpyr considerant dotze factions.....	231
Taula 94 - Matriu d'adjacència del model Centre / Perifèria de les relacions funcionals després de la primera edició de Transpyr.....	232
Taula 95 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional després de la primera edició de Transpyr	232
Taula 96 - Densitat de les taules de l'anàlisi de xarxes funcionals després de la primera edició de Transpyr considerant deu factions	233
Taula 97 - Matriu d'adjacència del model Centre / Perifèria de les relacions funcionals després de la segona edició de Transpyr	234
Taula 98 – Agents al core i a la perifèria.....	234
Taula 99 - Resultats del model Centre / Perifèria abans de Transpyr i després de la primera i la segona edició.....	235
Taula 100 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional després de la segona edició de Transpyr	235
Taula 101 - Densitat de les taules de l'anàlisi de xarxes funcionals després de la segona edició de Transpyr considerant onze factions	236
Taula 102 - Nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits abans de Transpyr	238
Taula 103 - Nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits després de la primera edició de Transpyr i diferència amb l'any anterior	239
Taula 104 - nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits després de la segona edició de Transpyr i diferència amb l'any anterior	240
Taula 105 - Diferència en el nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits després de dues edicions de Transpyr	240
Taula 106 - Nombre de lligams i components dels agents locals del sector privat implicats en Transpyr.....	241
Taula 107 - Nombre de lligams i components dels agents locals del sector públic implicats en Transpyr.....	242
Taula 108 - Nombre de lligams i components dels agents locals del sector associatiu implicats en Transpyr.....	243
Taula 109 - Nombre de relacions i components dels agents locals segons el seu sector entre abans i després de la primera edició de Transpyr.....	243
Taula 110 - Nombre de relacions i components dels agents locals segons el seu sector entre després de la primera i la segona edició de Transpyr	244

Taula 111 - Nombre de relacions i lligams dels agents locals segons el seu sector entre abans de Transpyr i després de la segona edició.....	245
Taula 112 - Diferents mesures de centralitat dels deu actors més centrals en les xarxes funcionals abans de Transpyr situats de més a menys, indicant pertinència a sector privat, públic o associatiu	246
Taula 113 - Diferents mesures de centralitat dels deu actors més centrals de la xarxa funcional després de la primera edició de Transpyr situats de més a menys , indicant pertinència a sector privat, públic o associatiu.....	248
Taula 114 - Diferents mesures de centralitat dels deu actors més centrals de la xarxa funcional després de la segona edició de Transpyr situats de més a menys, indicant pertinència a sector privat, públic o associatiu.....	249
Taula 115 - Variació en el Closeness dels diferents actors de les xarxes funcionals, per àmbit públic, privat i associatiu, indicant pertinència a sector privat, públic o associatiu.....	251
Taula 116. Comparació en l'evolució del nombre de relacions i components així com el percentatge del tipus de relacions / components en relació entre Challenge i Transpyr després de dues edicions.....	253
Taula 117 - Comparació, després de dues edicions, en l'evolució de la densitat i el Mean final, l'evolució absoluta i la relativa de les xarxes funcionals.....	254
Taula 118. Comparació de Challenge i Transpyr del número final d'agents externs, la seva evolució absoluta i relativa , després de dues edicions.....	254
Taula 119. Comparació en el nombre de vincles i la seva densitat entre agents externs i interns entre abans de la prova i després de la segona edició.....	255
Taula 120 - Comparació de l'evolució, després de dues edicions, de la relació entre els tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002).....	256
Taula 121 - Comparació de l'evolució, després de dues edicions, del nombre de relacions entre l'àmbit turístic i esportiu i la densitat de la xarxa	257
Taula 122 - Comparació de l'evolució, després de dues edicions, de la relació entre els sectors públic, privat i associatiu en quant a nombre de relacions i components	257

Índex d'il·lustracions

Il·lustració 1 - Punts d'etapa de Transpyr	113
--	-----

INTRODUCCIÓ

Escenari

Per entendre l'escenari on es desenvolupa aquesta recerca cal presentar dos fenòmens fonamentals: l'emergència de l'àmbit del turisme i esport amb totes les relacions que s'estableixen entre ambdós camps, i la rellevància que s'ha donat a les xarxes relacionals en el creixement d'organitzacions, grups socials o finalment, en processos de desenvolupament territorial.

Emergència de l'àmbit del Turisme i Esport

El *Sports Tourism International Council* identifica cinc raons principals per explicar l'augment espectacular de l'interès en les relacions entre turisme i esport dels anys vuitanta i noranta del segle passat, tant a nivell acadèmic com empresarial (Gibson, 2002):

1. El fenomen Turisme i esport s'ha posat en evidència mundialment gràcies a la popularitat dels esdeveniments esportius.
2. El concepte de salut a partir de l'activitat física per totes les edats ha renovat l'interès en participar en diferents activitats físiques en el temps de lleure.
3. Les relacions entre turisme i esport, així com la contribució a l'execució de plans de desenvolupament territorial, ha estimulat els responsables polítics a generar i promoure tot un seguit d'activitats esportives.
4. La tendència a fragmentar les vacances anuals en períodes curts permet a practicants i espectadors de poder gaudir d'ofertes esportives durant tot l'any.
5. Les xarxes de comunicació actuals en termes de carreteres, línies aèries, nàutiques i tecnologia de la comunicació contribueixen i estimulen la mobilitat de la població interessada en l'esport.

Completant aquestes raons, hi afegim (Hinch & Higham, 2004):

1. Les transformacions dels sectors implicats (avenços tecnològics en turisme i

en material esportiu, cultura de masses esportiva, increment de temps lliure i recursos econòmics, oci consumista).

2. La transformació dels equips esportius i les seves instal·lacions en atraccions turístiques.

Un dels primers grans obstacles que es generen en l'estudi del *Turisme i Esport* és decidir-se per un enfocament molt ampli, on s'hi inclouen totes i cada una de les relacions entre ambdues disciplines, o partir d'un determinat marc conceptual que ens permeti definir clarament el subjecte d'estudi (Gammon & Robinson, 2001). Aquest marc conceptual pot estar estructurat a partir de diferents taxonomies. Una de les possibles classificacions adopta com a criteris la motivació dels seus practicants, això és, segons l'opció *recreatiu versus competitiu*. Els primers són els que anomenem els turistes actius que busquen el gaudi per sobre dels resultats, la relació social, l'aprenentatge o les emocions fortes davant de la victòria. En el segon cas, el turisme esportiu engloba les pràctiques turístiques que assimilen l'activitat física reglada, sistematitzada i institucionalitzada en les seves diferents formes: viscuda activament (participants), o passivament (tècnics, periodistes i altres); estem parlant de l'entrenament i la competició.

Les competicions esportives tenen una llarga relació amb els viatges, des dels temps més remots els esportistes i els espectadors es desplaçaven per assistir a competicions multitudinàries, viatges que han estat aprofitats tant pels gestors del territori per generar desenvolupament a les seves comunitats, com per les empreses del sector turístic per generar negoci.

Les conseqüències a llarg termini dels esdeveniments han estat definides per Gratton (2008) com a "*estructures planificades i no planificades, positives i negatives, tangibles i intangibles creades a partir d'un esdeveniment esportiu i que romanen després d'aquest*". Aquest llegat en una destinació turística es pot plasmar en la millora dels atractius turístics, la reducció de l'estacionalitat, la generació i millora de la imatge turística de la destinació i la seva marca, el desenvolupament del sector turístic i, finalment, la capacitat d'actuar com a catalitzador de desenvolupament.

Aquest llegat es pot aconseguir amb més garanties si l'esdeveniment està ben relacionat amb el territori (Preuss, 2007; Ritchie, 2000) generant relacions entre els diferents agents dels diferents àmbits i nivells (Jones, 2005).

La importància de les xarxes en el desenvolupament local

Les xarxes es formen quan una sèrie d'agents, o nodes, siguin organitzacions o persones, interactuen. El tipus de relacions i l'estructura de la xarxa resultant poden ser analitzades per extreure'n diferents dades. Sobre els agents implicats a la xarxa ens podem preguntar: Qui té contactes amb un major nombre d'actors? Pot cada node ser contactat per qualsevol altre agent? Hi ha algun agent que només estigui connectat amb un altre? Hi ha algun grup d'actors que interaccionin només amb alguns altres grups d'agents? Tenen totes les relacions les mateixes característiques? Si coneixem dades sobre els individus i sobre la natura de les seves relacions, també en podem extreure altres informacions, com, per exemple, si els actors que comparteixen xarxes també comparteixen coneixements, valors o comportaments comuns; o si els individus amb les mateixes característiques (demogràfiques, socials, etc.) es relacionen més entre ells. I finalment, podem extreure informació sobre la mateixa xarxa i en comparació amb altres. És una estructura homogènia? En forma d'estrella o centralitzada? En forma de cercle o descentralitzada? Hi ha una gran densitat de relacions? Ha anat evolucionant amb el temps?

L'Anàlisi de Xarxes Socials, en anglès, *Social Network Analysis*, proveeix un marc teòric i un seguit de tècniques que permeten trobar les respostes a aquestes preguntes. Diferents línies d'investigació acadèmica estudien la importància dels aspectes relacionals. Alguns exemples són:

- L'exploració de les capacitats de l'individu: l'enfocament en el Capital Social, considerat com la suma dels recursos reals o potencials que estan vinculats a la possessió d'una xarxa duradora de relacions més o menys institucionalitzades de coneixement i reconeixement mutu - o en altres paraules, la pertinença a un grup. El volum del capital social posseït per un

determinat agent depèn de la grandària de la xarxa de connexions que pot mobilitzar efectivament i del volum del capital (econòmic, cultural o simbòlic) posseït per dret propi de cada un d'aquells amb qui està connectat (Bordieu, 1986; Coleman, 1988).

- El nivell institucional: els *Policy Network* ofereixen un marc teòric a través del qual entendre la formulació de polítiques. Definit en termes generals, la *teoria política de la xarxa* proporciona una lent a través de la qual examinar les interaccions entre els grups o xarxes que participen en la formulació de polítiques i la seva influència en el procés polític (Dowding, 1995; Marsh & Smith, 2000).

- L'estudi de les organitzacions és especialment important per la nostra recerca. En aquest cas, les relacions interinstitucionals (relacions estratègicament importants, de cooperació entre una organització i una o més organitzacions per a compartir o intercanviar recursos amb l'objectiu de millorar el rendiment (Parmigiani & Rivera-Santos, 2011)), s'estudien tant des de la branca de l'Economia de les Organitzacions com la de la Teoria de les Organitzacions.

Des de la perspectiva de la primera, les empreses utilitzen les relacions interorganitzatives quan, en qüestions relacionades amb inversions específiques, actius complementaris, o l'alineació d'incentius, aquestes xarxes són la forma de govern més eficient, en comparació amb transaccions d'internalització o de mercat. Per la Teoria de les Organitzacions, les entitats s'associen amb altres per realitzar tasques de forma més efectiva i per reforçar llurs relacions interorganitzacionals i interpersonals. Aquestes associacions els permeten guanyar aliats poderosos, millorar la seva reputació i legitimitat, connectar-se amb altres organitzacions més distants, i tenir accés a més fonts i més diverses de capital social. Aquests estudis generalment assumeixen que les relacions a llarg termini són beneficioses, ja que augmenten la confiança, la col·laboració i l'aprenentatge entre organitzacions (Parmigiani & Rivera-Santos, 2011).

- La perspectiva de xarxes socials posa l'accent en la posició d'una organització en l'estructura social, insistint en la importància de la relació que es genera amb el lligam entre els agents (Borgatti, & Foster, 2003). Des d'aquest punt de vista, la principal hipòtesi és que les organitzacions estan vinculades a altres sobre la base de components diferents, relacions de mercat repetitiu, contactes socials que implica la seva estructura de xarxa, i lligams personals. La raó de ser d'una relació entre organitzacions és obtenir informació i coneixement a partir de la creació d'un nou vincle o enfortiment d'un actual. Relacions fortes a llarg termini es traduiran en una major confiança i col·laboració, amb un intercanvi més ampli de capital social i la transferència de coneixement més complexos. Les organitzacions requereixen una combinació de vincles interns i externs, ja que els primers impliquen intercanvis més intensos, mentre que els segons donen més amplitud i diversitat de coneixements i recursos. Les xarxes poden ser classificades com a objectiu dirigit o fortuït, on el primer es genera per promoure una meta específica entre els seus membres, mentre que el segon és fruit de la casualitat, derivada de les relacions dels membres socials.
- El desenvolupament del territori: un exemple és la teoria dels sistemes locals territorials (SLOT) de Dematteis i Governa (1994), que explica com el desenvolupament local es produeix quan la xarxa d'agents locals aprofita els recursos del seu territori (els diferents capitals) i es relaciona amb agents supralocals, generant el què anomenen Valor Afegit Territorial.
- La importància de les xarxes també ha estat recollida en l'estudi del turisme i esport, especialment en el camp d'estudi de les relacions entre sector públic i privat, il·lustrant com la cooperació entre ambdós sectors és un requisit inqüestionable a l'hora de plantejar iniciatives turístiques esportives, per això es considera element indispensable per a molts dels projectes incentivats des d'institucions estatals o europees (Webb, 2005).

Les expectatives posades en l'esport i turisme com a palanques de desenvolupament

Tant l'esport com el turisme, i conseqüentment, també l'esport com a recurs i atractiu turístic, han gaudit d'una atenció important com a elements bàsics en el desenvolupament econòmic del territori i la millora de la qualitat de vida dels seus residents, tant pels impactes positius (creixement de la despesa, construcció de noves instal·lacions, enfortiment de la comunitat, etc) com negatius (augment de preus, impactes en el medi ambient, afectacions ètiques, etc.) (Crouch & Ritchie, 1999).

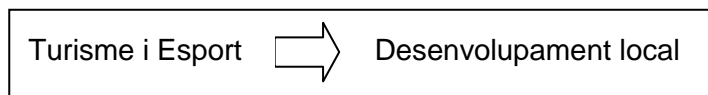
En quant al turisme, la mesura de l'impacte econòmic s'ha pogut valorar a partir del desenvolupament d'estratègies de recerca que ha generat eines de mesura fiables, estructurades en els anomenats comptes satèl·lits (Boskin, 1995). Per contra, no s'ha progressat en desenvolupar comptes satèl·lits similars per aspectes com el desenvolupament ambiental o relacional (Crouch & Ritchie, 1999), i això no és secundari, ja que quan sovint s'afirma que el turisme internacional en el segle XXI serà un vehicle important per al compliment de les aspiracions de la humanitat en la seva recerca d'una major "qualitat de vida" sempre s'insisteix que una part d'aquesta millora serà facilitar una relació social entre els individus més autèntica (Edgell & Haenisch, 1995).

El desenvolupament de l'esport com a element estratègic en l'oferta turística ha propiciat una gran varietat d'iniciatives empresarials, productes turístics i projectes polítics encaminats, entre d'altres, a beneficiar la comunitat on s'establia, essent les més destacables la proliferació de propostes de turisme actiu (xarxes senderistes i cicloturistes, o ofertes d'esports d'aventura) i d'esdeveniments esportius (des dels Jocs Olímpics a propostes més modestes a nivell local). Per aquesta raó, tots dos sectors gaudeixen d'ajuts institucionals en major o menor quantia depenent de la conjuntura financera.

Objectius i preguntes de la recerca

Per les diferents raons comentades a l'apartat anterior, sembla haver-se consolidat una creença inqüestionable dels beneficis d'actuacions turístiques esportives pel desenvolupament del territori (Weed & Bull, 2009). Tenen raó de ser aquestes perspectives positives? És el Turisme i esport un factor de desenvolupament local?

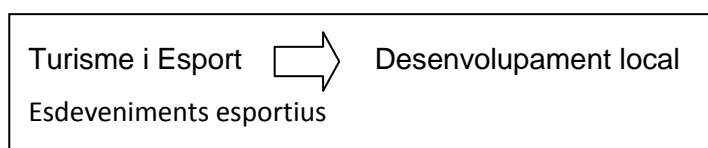
Figura 1 - Esquema de distribució de continguts a la tesi doctoral – visió general



Aquesta és la primera inquietud de la nostra recerca, el marc sobre el qual anem estructurant les diferents investigacions que hem anat emprenent, incloent aquesta tesi doctoral. Tot seguit s'endevina que aquesta és una pregunta de resposta complexa, ja que hi juguen molts elements. Per això cal endinsar-se més profundament en el procés i destriar petits camps a investigar.

Els esdeveniments esportius compten amb l'avantatge de poder generar puntualment esforços inversors, tenir una gran difusió mediàtica i gaudir d'una gran acceptació popular. Per això han rebut una atenció especial tant per millorar-ne la gestió i optimitzar els seus beneficis, com per comptabilitzar-ne amb rigor i exactitud els resultats (sovint per justificar la seva realització). La proliferació d'estudis sobre els impactes dels esdeveniments esportius és inqüestionable en l'àmbit de la gestió esportiva (Gratton & Preuss, 2008), rebent també una atenció important des dels estudiosos del Turisme i Esport (Ritchie, 2000). Per això, una primera fase d'investigació ha estat escollir les competicions esportives com un referent dels generadors de canvi dins de l'ampli camp del Turisme i Esport.

Figura 2 - Esquema de distribució de continguts a la tesi doctoral – la causa

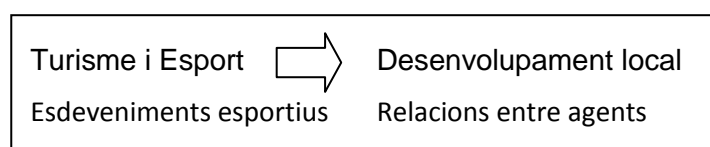


Així, una manera de jutjar la rellevància del turisme i esport a l'hora de contribuir a un benestar global de la societat serà a través del llegat dels esdeveniments esportius en les dimensions econòmiques, mediambientals i socials. Cal indicar, però, que la majoria d'estudis sobre les repercussions d'esdeveniments esportius s'han centrat en la vessant econòmica deixant les altres dues branques força oblidades (Reid, 2008). Actualment s'observa un cert interès en l'apartat mediambiental, centrat però sobretot en grans esdeveniments (Getz, 2008). En quant als aspectes socials, s'ha estudiat sobretot els impactes negatius dels esdeveniments (vandalisme, soroll, alça de preus) (Reid, 2008) però pocs estudis s'han interessat per la capacitat dels esdeveniments en generar relacions (Parent & Séguin, 2007), això és, xarxes cohesives i d'alta connectivitat externa.

Considerant la importància de les xarxes i les relacions que s'estableixen entre llurs agents pel desenvolupament local (Jones, 2005), aquesta manca d'investigacions en la capacitat dels esdeveniments esportius per consolidar xarxes cohesives i amb connectivitat externa entre els agents locals no deixa d'estranyar. Per la mateixa raó, es troba a faltar una visió prèvia a l'execució de l'esdeveniment, un enfocament estratègic que tingui en compte aquesta necessitat de generar relacions i planegi deliberadament la creació de vincles entre actors. Finalment, sembla desitjable un entorn acadèmic que doni informació rigorosa i imparcial sobre el procés i els resultats (Gratton & Preuss, 2008).

Aquesta recerca busca omplir aquest gap. Parteix de l'estudi del Turisme i Esport com a generador de desenvolupament local i es centra en els esdeveniments esportius com a palanca i causa del procés i en la generació de xarxes, com a conseqüència.

Figura 3 - Esquema de distribució de continguts a la tesi doctoral – causa i conseqüència



Objectius

En el marc d'un estudi genèric sobre la idoneïtat del turisme i esport per incidir en el desenvolupament local i atenent la complexitat de la investigació, aquesta recerca

doctoral es centra específicament en ***explorar la capacitat dels esdeveniments esportius locals per afavorir, a través de diferents edicions, l'augment de cohesió i de la connectivitat externa de xarxes turístiques esportives.***

No es tracta de fer aportacions metodològiques sinó d'aplicar la metodologia existent per treure fotografies del què està succeint i per això s'estructura a partir de dos casos de proves esportives, amb característiques pròpies, seguits durant algunes edicions. Per assolir l'objectiu final, seguirem unes passes intermèdies:

1. Estudiar i explicar el marc teòric amb la literatura existent que clarifica els conceptes i processos bàsics de la investigació: Conceptes com Turisme Esportiu, Desenvolupament Local, Xarxa Social i altres. Explicar d'una banda les possibles repercussions dels esdeveniments esportius i, de l'altra, com es genera o consolida una xarxa social.
2. Utilitzar l'anàlisi de xarxes per estudiar els impactes que tenen diferents edicions d'esdeveniments esportius en les xarxes relacionals i particularment en les turístiques – esportives. Els esdeveniments escollits són la Challenge Calella, prova de triatló internacional, i Transpyr, una competició de ciclisme de muntanya per etapes als Pirineus.
3. Analitzar i interpretar les dades de l'estudi de camp.

Pregunta de recerca

Fins a quin punt els esdeveniments esportius generen el desenvolupament de xarxes relacionals a la destinació, consistents i duradores, i quines són les característiques i estructura d'aquestes xarxes?

En encarar-nos a aquesta pregunta ens vam adonar de que ens proposàvem estudiar un fenomen basat en unes relacions que tenen diferent sentit pels que hi estaven implicats. Això ens obligava a reconèixer que estaríem molt implicats en l'exploració i en la interpretació de les experiències dels diferents actors, la qual cosa era compatible amb una aproximació constructivista. Aquesta aproximació no només reconeixia, sinó que valorava, el fet de que el principal investigador jugués una part

activa en la construcció i interpretació de la informació recollida (Kukla, 2000). Això és així perquè la teoria que es basa en el constructivisme reconeix la postura subjectiva dels investigadors que construeixen llurs teories a partir de l'experiència, compromisos i interaccions passats i presents (Charmaz, 2006). Els defensors d'aquestes tendències comparteixen l'objectiu de concebre el món complex de l'experiència viscuda des del punt de vista dels qui la viuen. Creuen que el món de la realitat viscuda, específica per cada situació o significat que constitueixen l'objecte general de la investigació, no només és descobert, sinó que és construït pels actors socials. És a dir, els actors particulars, en llocs particulars, en determinats moments, modelen un significat dels esdeveniments i fenòmens a través de processos perllongats i complexos d'interacció social que involucra la història, el llenguatge i l'acció (Schwandt, 2000).

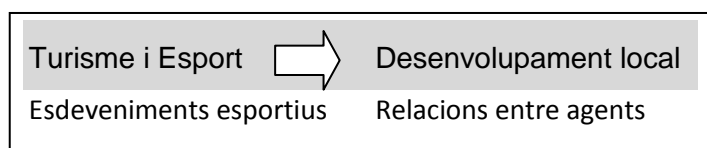
Es tractava doncs d'explorar què deia la literatura existent sobre aquest fenomen i centrar-se en dos casos reals. A semblança de les investigacions de Stake (citada per (Lauckner, Paterson, & Krupa, 2012)), a partir de les múltiples perspectives dels implicats en el cas i amb l'objectiu de reunir col·lectivament acords i nocions diverses de què va passar, aquests casos ens han dotat d'uns resultats que hem estructurat de manera que permetin la discussió i puguin ser proposicions de futures investigacions.

Estructura del document

El camí traçat per poder complir els objectius responent les preguntes i contrastant les hipòtesis el podem dividir en una primera fase de revisió de la literatura existent, una segona fase de recollida de dades, i una darrera fase de treballar aquesta informació per extreure'n material de discussió vàlida i de generació de futures investigacions.

La literatura que s'ha estudiat abasta els amplis camps del turisme, l'esport, el desenvolupament local i les xarxes. Per traçar-nos el camí ens hem basat en l'esquema mostrat en el segon apartat i s'ha dividit en diferents capítols com es mostra a la Figura 4.

Figura 4 - Estructura del marc teòric

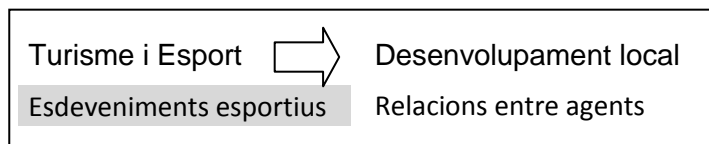


El segon capítol vol emmarcar aquest estudi partint d'una visió molt general sobre què és el *Turisme i esport* i el *Desenvolupament local*, que permeti fer un zoom cap a l'àrea definida de recerca d'aquesta tesi.

Així, el capítol té dues línies argumentals paral·leles que acaben convergint. D'una banda l'estudi del Turisme i esport, i de l'altra, un model teòric per explicar el Desenvolupament Local. En la primera part presentarem molt breument l'esport i el turisme, especialment en la seva dimensió més actual i més extensament el camp anomenat Turisme i Esport (o *Sports Tourism* en anglès) per permetre'ns situar-nos en la nostra recerca. En aquest sentit, es fa un recull històric de la recerca en el camp del Turisme i Esport, definicions i classificacions. Arribarem a distingir entre turisme actiu o l'aplicació de la vessant recreativa de l'esport en el turisme, i turisme esportiu, és a dir, l'esport de rendiment (competició i entrenament) com a motiu del viatge. Per poder entendre la incidència que pot tenir en el territori el Turisme i Esport hem fet una breu repassada dels models explicatius del desenvolupament local escollint aquell que més s'atena a la investigació pels paràmetres utilitzats: Els Sistemes Locals Territorials (SLoT en l'abreviació de Dematteis i Governa (2003)). Aquestes estructures estan considerades com una xarxa local d'agents que a través de les relacions que mantenen entre si, i a partir d'un projecte determinat que estigui arrelat al territori, operen com un actor col·lectiu que compartirà relacions amb esferes més globals d'actors, generarà projectes innovadors i permetrà consolidar xarxes que s'utilitzin per altres iniciatives. En l'explicació dels diferents elements del concepte ("milieu", subjectes i llurs relacions) es fan referències constants a l'àmbit del Turisme i Esport. Acabem el capítol amb una concisa exposició de les possibilitats que el turisme, l'esport, i el turisme i esport tenen pel desenvolupament local i la importància que les xarxes juguen en aquest procés.

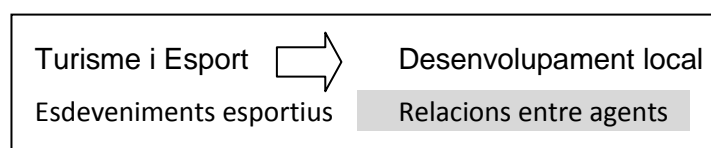
Els capítols següents es centraran en explicar específicament els elements de causa i els efectes del procés estudiat.

El tercer capítol explica la causa, la iniciativa, l'esdeveniment esportiu i totes les seves possibles repercussions.



El camp dels esdeveniments esportius és molt ampli, com ho són els possibles tipus d'esdeveniments. Així, trobem diferències en la naturalesa de l'esdeveniment (musical, gastronòmic, esportiu), la magnitud (de masses o selectius), la durada, la periodicitat, la institucionalització (federats, comercials...), la implicació dels agents (des de mega esdeveniments a curses de barris), l'objectiu dels participants (competitiu, recreatiu o higiènic), el tipus d'esports, etc. Per aclarir-se, comencem el capítol fent una classificació que ens permet situar-nos, i a partir de llavors ens centrem en l'estudi de les conseqüències dels esdeveniments. Aquest és un tema molt tractat, tant des de la comunitat científica com des d'anàlisi empresarials, sovint amb objectius ben diferents. Els àmbits que s'han analitzat són l'econòmic, el mediambiental i el social. L'àmbit econòmic és, dels tres, el que predomina amb diferència. En aquest document, presentem un esquema de com s'analitza econòmicament un esdeveniment i les limitacions que cal considerar a l'hora d'extreure'n conclusions. Els impactes socials es divideixen entre positius i negatius i valoren l'afectació sobre els habitants de la població on tenen lloc els esdeveniments (Reid, 2008). La valoració mediambiental, finalment, ha agafat força paral·lelament a la creixent inquietud ecològica de la societat i adopta les variades tècniques dels estudis d'impacte ambiental en diferents fases de la posada en escena de l'esdeveniment esportiu (Collins, Jones, & Munday, 2009a). Les repercussions dels esdeveniments esportius en el turisme s'han encaminat a diferents línies de recerca, des de la repercussió en l'ocupació hotelera, la desestacionalització, l'impacte de la marca o les infraestructures turístiques.

Per contra, les conseqüències dels esdeveniments en la generació de relacions no ha rebut tant tractament acadèmic. Per entrar en aquest camp, primer presentem els diferents agents que poden participar en un esdeveniment i els diferents tipus d'organització (formal i informal); posteriorment, quins corrents d'investigació han estudiat les relacions entre agents en el camp dels esdeveniments esportius i, finalment, qui ha estudiat, específicament, la generació de vincles com a conseqüència d'un esdeveniment.



El capítol que segueix es centra en l'efecte del projecte, la xarxa i per això utilitza la teoria de l'anàlisi de les xarxes socials, o Social Network Analysis. A partir d'una exposició dels elements bàsics de la teoria (els subjectes que la formen i la seva relació) arribarem als dos enfocaments fonamentals sobre els quals ens recolzem pel nostre estudi: L'estudi dels vincles entre agents i l'anàlisi de l'estructura de la mateixa xarxa. En el primer enfocament distingim dues aproximacions complementàries:

- La classificació basada en la transmissió d'informació que ens permet entendre la capacitat d'innovació a les xarxes (Granovetter, 1973).
- El model multidimensional de Hite (2003) sobre la composició d'aquests vincles que ajuda a valorar aspectes de cohesió i eficiència.

La mesura de la capacitat d'innovació i de la cohesió ens permetrà conèixer el nivell d'efectivitat de la xarxa (Scott, Cooper, & Baggio, 2008b).

En el segon enfocament, les formulacions teòriques que es generen a partir de la representació de dades relacionals ens mostraran l'estructura general de la xarxa (densitat) i la posició dels nodes en la xarxa (centralitat).

La suma d'estructura i relacions formen els paràmetres que permeten seguir l'evolució de la xarxa amb els possibles beneficis que això pot arribar a generar a nivell de rendiment empresarial, innovació i desenvolupament territorial.

La segona part de la tesi és l'anàlisi de dos esdeveniments per conèixer el seu impacte en les xarxes que hi estan implicades. En el primer capítol d'aquesta part s'exposa la metodologia, començant per l'objecte d'estudi. Challenge i Transpyr són dos esdeveniments esportius diferents pels esports que s'hi practiquen, pels objectius dels participants, la magnitud i la temporalitat. Per això, els agents estudiats i el tipus de relacions difereixen en els detalls però admeten cert grau de comparació. D'una part, un triatló de llarga distància que ens permet treballar amb tres esports diferents, això és, amb tres associacions esportives. La Challenge Calella va viure la seva primera edició el 2009 i s'han pogut realitzar dues preses de dades entre deu agents diferents. L'altra esdeveniment és una cursa de bicicleta de muntanya per etapes que es va iniciar el 2010 i passa per nou poblacions diferents. L'elecció dels esdeveniments és per si mateix una limitació. Hem decidit estudiar esdeveniments puntuals (és a dir, s'organitzen un cop a l'any) i no periòdics (cada setmana), perquè permeten un estudi més clar de l'abans i el després. D'altra banda, hem defugit de mega-esdeveniments per poder estudiar aquell tipus d'esdeveniments que s'organitzen amb més assiduitat, a més de ser els que tenen més possibilitats per generar desenvolupament (Higham, 1999).

A continuació s'explica el mètode d'obtenció de les dades, que es basa en entrevistes en profunditat abans i després de cada una de les edicions als agents implicats en l'esdeveniment. La resposta a com s'han escollit els actors i les preguntes són aspectes cabdals del mètode que legitimitzen la investigació i que s'expliquen en aquesta part. Aquestes preguntes han de permetre construir el coneixement i poder donar resposta a la pregunta que ens fem al principi de la investigació. Conseqüentment han de fer esment al tipus de relació entre els agents locals, el nivell de cooperació amb actors externs i l'aparició o no de projectes que permetin endevinar un cert nivell d'innovació a partir de les relacions generades.

Obtingudes les dades, les analitzem a partir de la teoria de les xarxes socials explicada al capítol quart. Comencem detallant els diferents conceptes de la teoria de la xarxa que ens són interessants per a la nostra investigació i expliquem a continuació el procés d'anàlisi. Aquest comença introduint la informació en matrius on els actors són a les coordenades i a l'interior s'hi indica la naturalesa de la relació, i acaba amb la representació gràfica que permet la visualització clara dels vincles i l'estructura de la xarxa.

El proper capítol recull les dades i mostra els resultats de la recerca. Per mostrar les dades s'ha creat una estructura que permetés el màxim de comprensió del fenomen. Primerament s'han explicat els impactes de cada un dels esdeveniments: Challenge primer, Transpyr després. En cada un d'ells s'han exposat els aspectes de la connectivitat interna o cohesió de la xarxa, a continuació les variables que tenien relació amb la connectivitat externa; en tercer lloc ens hem interessat per la modularitat i finalment per la dinàmica entre els diferents àmbits i sectors, començant per la relació entre els actors d'àmbits turístics i esportius i a continuació comparant els sectors públic, privat i associatiu. Un cop destacats els resultats dels dos esdeveniments per separat s'ha fet una comparació entre tots dos esdeveniments, seguint la mateixa estructura. En aquest capítol a més de mostrar les dades també les hem anat interpretant.

Acabem la tesi amb les necessàries conclusions, que relacionen els resultats amb els punts més importants del marc teòric i validen algunes de les teories i investigacions que s'havien explicat. La contribució més important d'aquesta tesi és aportar una línia més d'exploració dels impactes dels esdeveniments esportius, la de les xarxes relacionals, amb uns mètodes que siguin fàcils d'utilitzar. Aquesta contribució s'emmarca en les investigacions que estan obertes en aquest àmbit però també deixa oberta la porta a noves recerques que podrien continuar aquesta línia.

CAPÍTOL 1.- MARC TEÒRIC

1.1.- EL TURISME ESPORTIU COM A FACTOR DE DESENVOLUPAMENT TERRITORIAL

Aquest capítol té per objectiu endinsar-se en dos camps d'estudi diferents però que formen part d'un sistema ple de relacions, el del Turisme i Esport com a factor que genera desenvolupament territorial. D'una banda presentem la literatura existent sobre el Turisme i Esport o els vincles que es produeixen entre el fenomen esportiu i la indústria turística. De l'altra, les teories que han interpretat el fenomen del desenvolupament territorial, escollint un model que ens servirà per ressaltar la importància d'aquestes relacions quan formen un entramat de xarxes.

Com es relacionen Turisme i Esport

Les relacions entre els viatges i l'activitat física han estat considerables des de l'inici de la història i sobre aquest aspecte cal referir-se sens dubte a l'estudi exhaustiu de Zauhar (Zauhar, 2004) i, de manera més general, Standeven i De Knop (Standeven & de Knop, 1999).

Troblem unes relacions primerenques a les primeres olimpíades, als viatges d'aprenentatge dels rics anglesos, al Gran Tour, al primer muntanyisme alpi. És però en els últims vint anys on aquesta relació s'ha fet més intensa i important, coincidint amb una transformació essencial del fenomen de l'oci, la mercantilització creixent de l'experiència que comercialitza amb allò que fa batre més ràpid el cor (Rifkin, 2000) i amb un augment de l'interès de la població tant pel turisme com per la pràctica esportiva convertint-se cada vegada més en activitats habituals i quotidianes.

El paral·lisme entre ambdós fenòmens ha estat i és molt rellevant, tant en les evolucions respectives, com en els seus processos interns o les noves formes que han generat. En la convergència de tots dos es defineix un àmbit per ell mateix: *Turisme i Esport*. De fet, tant esport com turisme ja no es poden separar més avui en dia. Estan

relacionats de tantes maneres que es produeixen contínuament coincidències i interseccions entre turistes i esportistes (Dreyer & Krüger, 1995). L'esport, que posa l'èmfasi en la competitivitat i el rendiment, i el turisme, que és sinònim d'experiència emocional i de diversió, són dos sistemes cada vegada més especialitzats però, ahora, dependents l'un de l'altre. El turisme necessita l'esport per al desenvolupament i la comercialització dels seus productes, i l'esport ho tindria realment difícil sense el turisme, ja que és precisament el turisme el que l'ajuda a desenvolupar tipus completament nous d'esports, i molts turistes es mantenen fidels a les disciplines esportives existents (OMT & COI, 2001).

Esport

La complexitat i la diversitat de distincions que es poden fer de l'àmbit esportiu segons les diferents modalitats, les formes de pràctica, la seva naturalesa, els seus objectius, la seva organització i la integració d'activitats associades (comercials, mèdiques, culturals) expliquen l'existència de diferents accepcions i la dificultat per definir-lo.

Tot i la multitud de realitats empíriques i de percepcions, es considera que en la definició i conceptualització del fenomen esportiu s'ha de tenir en compte la distinció de l'esport com a activitat individual del fet social, que l'esport té ingredients d'esforç físic molt notables i que l'objectiu de l'esport pot ser final o instrumental.

L'Observatori de l'Esport pren com a definició d'esport la que estableix la Carta Europea de l'Esport de maig de 1992, adoptada a la conferència de ministres de l'esport del Consell d'Europa. A l'article 2 diu:

"Esport significa tota forma d'activitat física que, mitjançant la participació casual o organitzada, tendeixi a expressar o millorar la condició física i el benestar mental, establint relacions socials o obtenint resultats en competició a qualsevol nivell" (UNISPORT, 1992)

Actualitat de l'esport

Mai abans no s'havia constituït una oferta tan àmplia i variada de pràctiques:

lúdiques, higièniques, estètiques, bèl·liques, tradicionals, o competitives posades al servei d'un oci creixent, la demanda del qual es mou sovint per un intens corrent consumista. En l'estadi postmodern de l'esport ens trobem amb esportistes competitiu, amants del benestar, els que cerquen la realització personal i la salut, els jugadors del cap de setmana, la tercera edat activa... I totes aquestes formes, convivint amb l'esport federat. *"S'anomena esport a quasi tot, tanmateix entre aquestes pràctiques emergents i l'esport tradicional hi ha diferències estructurals, motivacionals i de finalitat que els diferencien clarament"* (Olivera & Olivera, 1995: 17).

Garcia Ferrando en el seu estudi dels hàbits esportius dels espanyols resol que l'esport institucionalitzat ha deixat de ser l'omnímoda que va representar durant el segle XX per ser una opció més entre d'altres que van emergint amb força en l'espai de les activitats físiques recreatives. *"Practicants regulars que han modificat els seus hàbits escollint pràctiques físiques d'un altre ordre, no tan sols amb un altre embolcall, sinó amb una altra lògica, amb uns altres interessos i motivacions, amb altres expectatives"* (García Ferrando & Lagardera, 1998: 22). *"Nous temps, nous costums, nous usos, nous hàbits, noves demandes i noves ofertes: els vells jocs i altres ofertes lúdiques i higièniques disputen amb èxit a l'esport rendiment la primacia d'aquest important àmbit de l'oci actiu"* (Olivera & Olivera, 1995: 17). En concordança amb les tendències eclèctiques de l'actualitat, constitueix una característica del practicant el fet d'utilitzar o consumir diferents pràctiques corporals (Cuenca, 2000; Olivera & Olivera, 1995; Puig & Heinemann, 1991).

Les últimes teories consideren l'esport com un *sistema obert* en què, a partir de l'esport tradicional que apareix al segle XIX associat a valors de disciplina, de consecució de resultats i organitzat en el marc del club esportiu (García Ferrando, Puig, Lagardera, & Durán, 2002), es van incorporant noves pràctiques i noves concepcions. Seguint aquest enfocament, Heinemann i Puig proposen quatre models per a l'esport contemporani (Puig & Heinemann, 1991):

1.- El model competitiu és l'hereu de l'esport tradicional, l'anomenat esport d'alt rendiment o esport professional. El cos, preparat com una màquina, intenta batre

rècords o vèncer al contrincant en una pràctica cada vegada més elitista i exclusiva.

2.- El model espectacle, regulat per les lleis del mercat pròpies d'una societat de masses i per voluntats polítiques, generador de mites i de passions massives és segurament el fenomen cultural més global en la societat postmoderna.

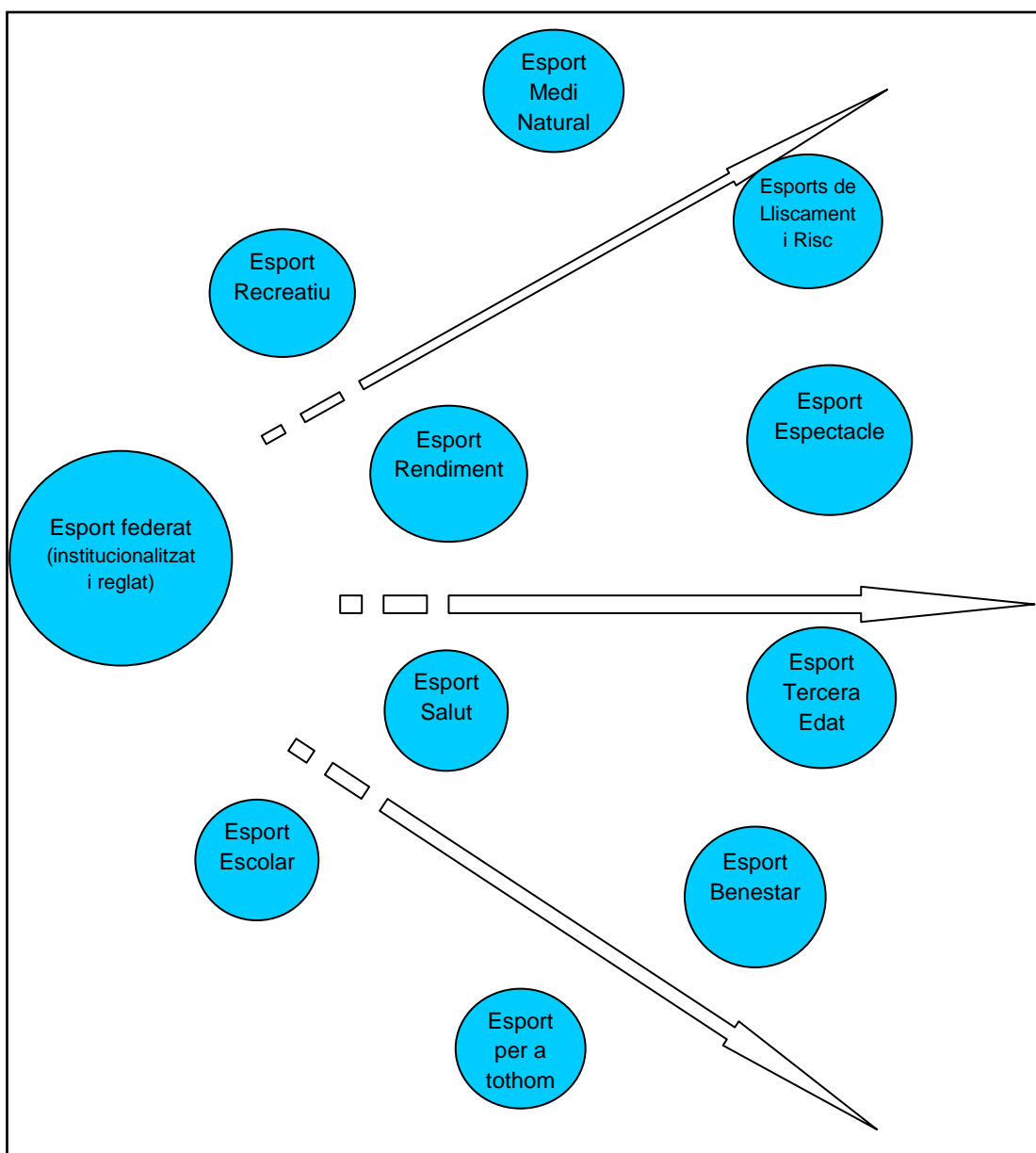
3.- El model instrumental, associat a aquelles pràctiques que promouen la salut i l'estètica i que acostumen a estar organitzades en el marc d'empreses comercials o campanyes institucionals d'esport per a tothom.

4.- El model expressiu que engloba les pràctiques esportives poc organitzades i sotmeses a processos constants d'innovació i diversificació (activitats a la natura, activitats de lliscament, etc.) generant estils de vida i grups socials propis.

El repte actual està en com posar en evidència la pluralització de les formes esportives que es mostren a la Figura 5 *"com evitar caure a la trampa d'una categoria 'passe-partout' bo i aconseguint pensar l'efervescència i la diferència com a dispositius generadors interns a l'univers de les pràctiques esportives"*(Padiglione, 1995: 30).

Precisament per aquesta confusió de termes, a la resta de l'article utilitzarem el terme "esport" d'una manera àmplia per descriure aquelles activitats físiques regulades o no, institucionalitzades o no i amb motivacions tant competitives i recreatives com educatives o higièniques.

Figura 5 - La disgregació de l'esport en pràctiques alternatives



Font: Elaboració pròpia

Turisme

Com el concepte "esport", el terme "turisme" no està exempt d'imprecisió en el seu significat, tot i el seu valor universal o, potser precisament, com a conseqüència del seu ús global i indiscriminat. El seu caràcter relativament recent com a fenomen generalitzat i com a activitat socioeconòmica multi sectorial i polifacètica dóna lloc a

una diversitat d'aproximacions disciplinàries que han provocat que no existeixi una definició absoluta del terme, sinó una diversitat de definicions. *“Avui es constata una absència de definicions clares que delimitin l'activitat turística i la diferenciïn d'altres sectors”* (Sancho, Buhalis, & Organización Mundial del Turismo, 1998: 41).

El turisme, com a objecte d'estudi i anàlisi científica, és un fenomen examinat a partir de diferents enfocaments. Psicòlegs i antropòlegs, per exemple, fan una anàlisi del turisme des de la perspectiva de les motivacions i necessitats que indueixen al desplaçament, així com la conducta de la demanda i de l'oferta turística en el marc d'aquesta activitat. L'enfocament geogràfic i històric-cultural incideix en l'espai i en el temps i en el desenvolupament turístic basat en el patrimoni natural, humà i cultural. Des d'un punt de vista econòmic, el turisme es contempla com una activitat que influeix en les magnituds macro i microeconòmiques. Finalment, als sociòlegs interessa com el turisme estimula els canvis de l'estructura social i com incideix en els comportaments entre persones i com això es reflecteix en els grups, organitzacions, societats i masses (Montaner, Antich, & Arcarons, 1998).

Sigui quina sigui la naturalesa del fenomen turístic escollida per la seva conceptualització, es pot afirmar, des d'una perspectiva integradora, que *“el turisme és, sobre tot, una pràctica social de naturalesa espacial que és generadora d'activitats econòmiques i que ha deixat de ser marginal per a convertir-se en estructural. De fet s'ha projectat sobre les diverses dimensions del conjunt de la societat malgrat els contrastos entre els països i entre els grups socials dels mateixos”* (Vilà & Vera, 1997: 401).

Actualitat del turisme

L'aparició d'un nou escenari turístic ha qüestionat l'hegemonia del model convencional i dels espais turístics tradicionals. A finals del segle XX, mentre el turisme assolía el lideratge com a indústria econòmica mundial, veia també com les barreres del que era i no era turístic es desdibuixaven i es materialitzaven noves tendències en l'oferta i la demanda:

1. Canvis i innovacions: en el procés de producció i de consum turístics, la comercialització i la pròpia organització empresarial, amb períodes de vacances

atomitzats, mercats i destins globalitzats, productes individualitzats, gestió virtual. Més concretament, en les destinacions turístiques i des de la perspectiva geogràfica que ens interessa, s'identifiquen dos processos destacats que poden entendre's com a manifestacions de generalització espacial de les activitats turístiques: el procés d'internacionalització i el procés d'interiorització del turisme ("*turistificació*" del territori) (López Palomeque, 2005).

2. Mercantilització de les emocions: El fet cultural s'ha convertit també en una mercaderia que no només és útil per a instruir i educar, sinó també per a entretenir, de manera que el turisme –com l'esport- té cada vegada més com a objectiu generar experiència i emocions en aquells que el practiquen (Anton, 2002; Rifkin, 2000). D'aquesta manera, el component emocional - els valors, les emocions i els sentiments- assoleixen molta més rellevància que el component racional en un turista que ha deixat de buscar serveis per preferir les experiències i que comença a preocupar-se, també, pels seus impactes socials, econòmics i medi ambientals.
3. Especialment interessant és destacar l'evolució des d'una producció fordista de vacances homogènies i turisme de masses a una de post fordista de mercats nínxols. La primera es caracteritza per la producció en massa, la importància donada a l'oferta i l'estandardització; està principalment generada per la "*inexperiència dels consumidors i la poca familiaritat amb els viatges entre cultures diferents, associat a la manca d'una infraestructura organitzativa i els costos relativament alts comparats amb els salaris*" (Robinson & Novelli, 2005: 2). La segona es basa, al contrari, en una producció d'experiències íntimes i un consum individualitzat per part d'un turista amb experiència i més exigent que "*es considera aliè a la 'massa', tot i participar en viatges organitzats, ja que es veu a ell mateix com a individual*" (Robinson & Novelli, 2005: 4).
4. Canvis entre temps d'oci i temps quotidià: D'un temps per l'oci al servei del temps productiu, a un temps d'oci com a espai per transformar la nostra quotidianitat integrant nous hàbits (Anton, 2002).

En resum, mai com fins ara és avinent parlar de Turisme i Esport, i d'altra banda, mai han estat més confosos els límits del què aquest binomi abasta.

Recerca científica en Turisme i Esport

Malgrat l'evidència compartida entre acadèmics, entitats polítiques i empresarials sobre la necessitat d'un enfocament específic per aquells fenòmens, propostes i manifestacions que es generen en contemplar l'activitat física en relació amb la turística i les peticions d'un estudi propi més profund (veure la recopilació que en fan Gibson, 2002; Ritchie & Adair, 2002), els primers treballs no es generen fins al 1970. Als anys 80 diverses revistes de l'àmbit turístic (*Espaces, Annals of Tourism Research, Journal of Leisure Research*) publiquen monogràfics aïllats sobre el tema. El 1993, el *Sports Tourism International Council*, entitat creada precisament per generar i impulsar la recerca, informació i disseny curricular sobre aquest àmbit, comença a publicar regularment una revista dedicada al Turisme i Esport (*Journal of Sports Tourism*) que institueix els primers fonaments de la identitat del turisme i esport (Pigeassou, Bui-Xuan, & Gleyse, 1999).

El 1995, Dreyer i Kruger publiquen en alemany un dels primers llibres sobre el turisme i esport. Pigeassou, Bui-Xuan i Gleyse (1999) identifiquen els criteris epistemològics per poder aïllar científicament aquesta disciplina i Gammon i Robinson (2001) ajuden a limitar-ne l'abast. Finalment, Standeven i De Knop (1999) generen amb la seva recopilació una introducció general dels impactes del Turisme i Esport que seran la base per estudiar els efectes en el desenvolupament de destinacions turístiques.

A l'Estat Espanyol, les primeres incursions acadèmiques i professionals en aquest àmbit es troben en el curs monogràfic: "El deporte como elemento de promoción y atracción turística" del 1981, les "Jornadas sobre Ocio, Turismo y Deporte" a Gran Canària el 1989, els "Encuentros de Deporte y Turismo" que es celebraren en el marc de FITUR a Madrid, els anys 1990 i 1991 i les "I Jornadas sobre Turismo y Deporte a Andalucía". L'autor d'aquesta recerca, Oriol Sallent, publica el seu primer article el 1991 (Sallent, 1991).

Tot i aquesta important evolució acadèmica, actualment l'estudi del turisme i esport sembla encara debatre's en diferents controvèrsies:

- Diferent amplitud de la recerca, amb la inclusió o no de totes les dimensions de l'esport (Sofield, 2003).
- Diferents nivells de profunditat que van des d'anàlisis centrades en la pura combinació d'estadístiques turístiques i esportives, passant per l'estudi dels impactes econòmics en el turisme dels grans esdeveniments esportius (per exemple, les diferents Conferències de Turisme i Esport promogudes pel COI i l'OMT (APEC, 2001; Keller & OMT, 2001) fins a anàlisis més globals centrades en altres àrees relacionades, com el desenvolupament local, els impactes mediambientals i culturals, i altres (Gammon & Robinson, 2001; Glyptis, 1991; de Knop, 1990)

Definició de Turisme i esport

Les denominacions que s'han donat a aquest àmbit del Turisme i Esport han variat molt en els últims anys. A l'inici, tot el allò que no fos jaure a la platja se li deia *turisme actiu*. En aquest sentit, les activitats esportives eren, amb les culturals, urbanes i rurals, una de les motivacions d'un turisme alternatiu que sorgia com a "*reacció ètica, ideològica i política als excessos del turisme de masses*" (Georges Casez a Jafari, 2002: 636).

Amb la transformació i evolució d'ambdós fenòmens, definir Turisme i Esport ha esdevingut un repte i ha resultat en una proliferació de definicions (Gammon & Robinson, 2001; Gibson, 1998; Hall, 1992; Higham, 2005; Standeven, 1997).

En general, els europeus han basat l'estudi del turisme i esport en l'aspecte més recreatiu del fenomen, mentre que els anglosaxons han incidit la seva recerca en els esdeveniments esportius i els diferents impactes generats (Gibson, 1998).

Més específicament, Kurtzman i Zauhar, tot i ser uns experts en aquesta matèria, es limiten a definir el turisme esportiu com "*l'ús dels esports com a vehicle per a la consecució dels objectius del turisme*" (Jafari, 2002: 647). D'altres, en canvi, tot i exaltar l'àmbit extens de l'activitat física i l'esport, s'acaben concentrant en l'àmbit

més institucional i fins i tot competitiu del fenomen esportiu (Turco, Riley, & Swart, 2002). Higham (2005: 7), admet la importància de destacar la heterogeneïtat del Turisme i Esport: *“molts tipus diferents d’implicació en l’esport es poden incorporar a l’estudi del Turisme i Esport incloent esport d’elit i espectadors, esport recreatiu i social, turisme actiu, circuits esportius i turisme de patrimoni esportiu”*, però, d’altra banda, escull la definició limitada que Coakley (2005: 6) fa de l’esport: *“activitats institucionalitzades i competitives que impliquen un esforç físic vigorós o l’ús d’habilitats relativament complexes per participants motivats per gratificacions internes o externes”*.

A nivell espanyol, Rebollo i Latiesa (2002) només inclouen aquelles activitats amb finalitats d’oci, excloent per tant tots els desplaçaments per competició (els milers i milers de participants a la Marató de Nova York, per exemple).

Fugint d’un intent *impossible* de voler limitar estrictament l’àmbit, es pot comprovar una complexitat i profunditat creixents en les diferents definicions fins arribar a aquella que considerem més completa i que es citarà en la majoria de treballs, la de Standeven i De Knop (1999: 12):

“Tot tipus d’implicació activa i passiva en activitats esportives, participades de manera casual o organitzada per raons comercials o no, que necessiten desplaçar-se des de la localitat de residència o treball” incloent-hi les activitats esportives com a motivacions principals o complementàries.

Ordenació taxonòmica de les pràctiques de Turisme i Esport

Les diferents propostes taxonòmiques ens mostren les dificultats d’acotar un camp basat en l’experiència i la vivència personal que provoca diferències entre les percepcions d’una i altra persona. *“L’activitat esportiva no vol dir la mateixa cosa per a tothom. Tampoc la seva experiència és la mateixa, fins i tot per la mateixa persona en diferents etapes de la seva vida. De la mateixa manera, els viatgers no experimenten el lloc de la mateixa manera. Així doncs, el sentit de Turisme i d’Esport és el significat que cada un d’ells pot tenir per a gent diferent, o per la mateixa persona en diferents moments de la seva vida”* (Standeven & de Knop, 1999: 10). Un altre obstacle important a l’hora de classificar el Turisme i Esport el descobreixen

Gammon i Robinson (2001) en intentar discernir si és més convenient incloure totes i cada una de les relacions entre ambdues disciplines que implicaria haver d'estudiar fins als fenòmens més subtils d'interacció, o crear una espècie de marc conceptual tot identificant un subjecte amb paràmetres precisos. En el primer escenari la disciplina es podria diluir, mentre que en el segon, una definició acadèmica excessivament estricta provocaria probablement un subjecte massa rígid i encarcerat.

Tenint en compte un camp d'acció tan ampli podem fer classificacions diverses, segons l'objectiu de l'estudi:

- Segons el medi on es realitzi l'activitat (terra, mar, riu, alta muntanya...). Classificació molt útil en ares d'una regularització mediambiental (Rebollo & Instituto Andaluz del Deporte, 2002).
- A partir de la instal·lació turística on es desenvolupi l'activitat (destinació turística, creuer, hotel, càmping, etc.). Una taxonomia que permet incidir en aspectes típics de la indústria turística. D'altra banda, Redmond suggereix separar entre ressorts i centres vacacionals, museus esportius, festivals poliesportius i infraestructura esportiva als parcs nacionals (citats per Standeven & de Knop (1999)).
- Segons l'activitat esportiva que es realitzi (ciclisme, vol en ala de pendent, etc.). Aquesta taxonomia pot servir per actuar sobre el sistema esportiu, excloent altres components turístics. És una de les classificacions que s'utilitzen més en l'àmbit acadèmic esportiu a l'Estat Espanyol (Jiménez & Gómez, 2005).
- Finalment, la proposta que utilitzarem en aquest estudi està basada en la motivació del viatge (Sallent, 2008).

Una proposta taxonòmica basada en la motivació

Al 1997, Gammon i Robinson ja treballaven en la línia de les motivacions en turisme i esport, encara que d'una manera molt més global i extensa i separades en diferents nivells: l'esport com a primera motivació del viatge (*sport tourism*) o com a motivació secundària (*tourism sport*) i començaven a introduir un aspecte que ens sembla vital,

el nivell recreatiu versus el competitiu de la pràctica (Gammon & Robinson, 2001).

Hi ha tres raons principals per escollir la motivació com a criteri classificatori:

1. L'estudi de la motivació ens sembla essencial per a qualsevulla iniciativa relacionada amb l'àmbit de les ciències socials, ja que proporciona elements per a la comprensió, l'explicació i la predicció. El turisme no és una excepció a aquesta observació general i la pregunta "per què viatja la gent?" és probablement la qüestió més fonamental en l'àmbit de la investigació en aquest camp.
2. El creixement de la indústria turística passa inevitablement per la satisfacció de les expectatives dels usuaris-turistes. Així doncs, centrar l'estratègia de desenvolupament turístic en les motivacions permet orientar de manera competitiva l'oferta del territori.
3. L'interès del visitant és el nucli de desenvolupament del citat "turisme d'interessos específics" dins del qual podem trobar multitud de formes en què l'activitat física hi és present.

Pel cas que ens ocupa, ens basarem en la dicotomia "motivació *recreativa-competitiva*". En aquesta classificació que proposem, aquelles pràctiques turístiques que assimilen l'activitat física reglada, integrada institucionalment i sistemàtica (sigui com a entrenament o com a competició) viscuda activament (participants), o passivament (tècnics, periodistes i altres), les anomenarem "Turisme Esportiu".

Contraposat a aquest terme, el "Turisme Actiu" es despulla del seu sentit generalista com a concepte oposat a turisme passiu i passa a descriure les pràctiques turístiques on l'esport es viu com a motivació intrínseca, des d'una òptica del gaudiment, sense altes pretensions tècniques d'execució, buscant la seva vessant de relació social, de manteniment de la forma física, d'evasió. Evidentment, la competició sempre s'hi pot donar, però serà sempre un mitjà per gaudir de l'experiència. A la Figura 6 es posen en evidència les diferents manifestacions del Turisme i Esport.

A més de la importància que donem al criteri motivacional, opinem que aquesta

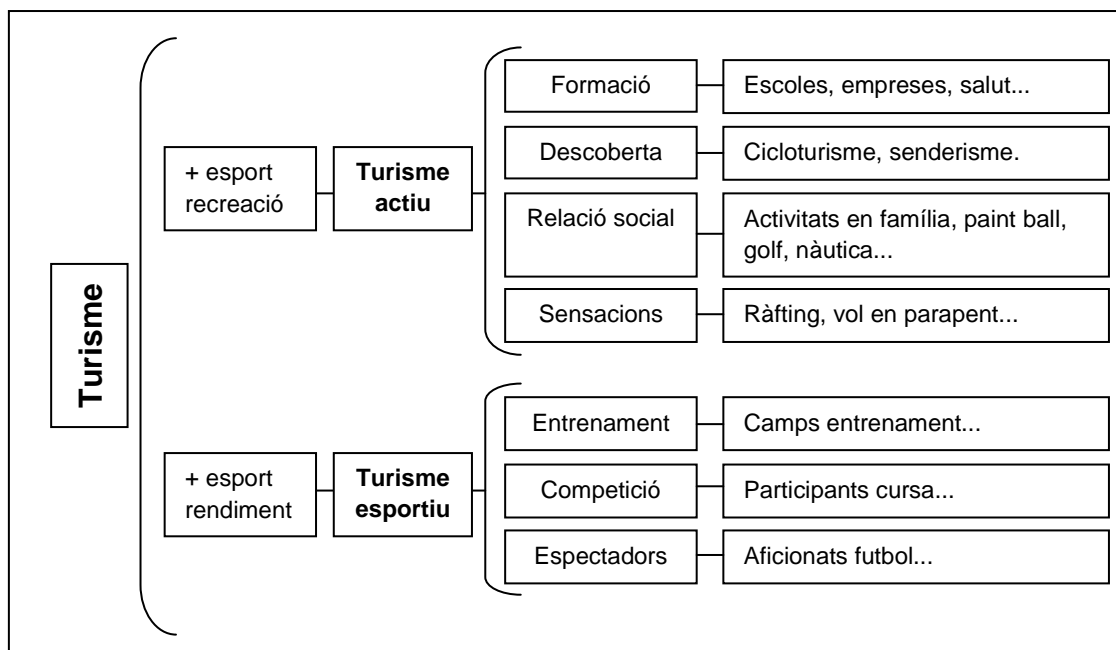
classificació és convenient per diferents raons:

1. Com ja hem esmentat anteriorment, el camp de l'Activitat Física i l'Esport viu una transformació important caracteritzada, entre d'altres, per "*l'efervescència i la diferència*" de les seves expressions (Padiglione, 1995: 30). Probablement la divergència més important i notable és la mateixa que destaquem: l'esport rendiment de l'heroi-màquina-espectacle, i l'opció pràctica de milions de practicants: l'esport recreatiu (Olivera & Olivera, 1995).
2. Utilitza la nomenclatura pròpia de l'esport i per tant es pot complementar perfectament, entre d'altres, amb els indicadors unificats a Europa en el marc del projecte COMPASS¹ que classifica les categories segons si els participants tenen llicència federativa i competeixen en competicions reglades, o bé ho fan per pura recreació, i l'orientació competitiva és per divertir-se (García Ferrando, 2001).
3. A nivell català té l'avantatge d'ésser utilitzada per la Direcció General de Turisme i l'Agència Catalana de Turisme en projectes com el "Club de Turisme Actiu" o les "Destinacions Turístiques Esportives".

Evidentment, es tracta d'una classificació que en basar-se en aspectes motivacionals, i per tant en una perspectiva psicològica, dóna importància a elements subjectius o a classificacions fetes *a posteriori*, un cop analitzades les activitats. Aquesta observació és un dels obstacles més importants del Turisme i Esport com a objecte científic d'estudi (Pigeassou et al., 1999), i més si considerem que normalment la gent viatja per més d'un motiu i que un motivador pot ser reforçat per un altre.

¹ "*Coordinated Monitoring of Participation in Sports*"

Figura 6 - Classificació del Turisme i esport segons les motivacions dels viatgers



Font: Elaboració pròpia

El Turisme Actiu

El turisme actiu abasta diferents manifestacions: una ruta senderista pel Ripollès, una sortida a vela familiar a Palamós, una activitat de ràfting al Pallars, colònies infantils multi esportives a la Segarra o un partit de tennis amistós en un ressort, per posar alguns exemples.

El turisme actiu es beneficia del desenvolupament de les activitats esportives "lliures", és a dir, sense preocupacions competitives, fora de les estructures de les federacions, amb regles adoptades, lluny dels estadis o clubs i practicades amb persones de diferent nivell competitiu o sexe. Els practicants "lliures" no busquen proeses, reconeixement social i victòries a qualsevol preu, sinó que procuren obtenir un estat de forma i salut, llibertat i elegància de moviments i, en definitiva, plaer corporal (Lipovetsky, 1989). Es tracta de pràctiques generalment desenvolupades en el medi natural i, sovint, pretenen fugir de la massificació (encara que moltes vegades no s'aconsegueixi, com a les pistes d'esquí alpí els caps de setmana o el submarinisme a les Illes Medes).

Dintre del turisme actiu podem continuar subdividint atenent sempre al criteri de satisfacció d'experiències de la pràctica esportiva (Sallent, 2008):

1. La *descoberta*, a través de la caminada (senderisme), el ciclisme (cicloturisme), el cavall (turisme eqüestre), o d'altres.
2. La *recerca d'emocions límit*, sigui el plaer del lliscament, les pulsions de l'adrenalina o l'assossec d'activitats d'abstracció o concentració.
3. La *socialització*, tot gaudint dels amics o la família, cercant noves relacions o evidenciant la posició social a través de pràctiques assimilades a sectors econòmics i socials exclusius.
4. El *desenvolupament personal*, tant en l'àmbit escolar (com els crèdits de síntesi esportius), corporatiu (*outdoor training*) o personal (formatiu – cursos d'esquí, o espiritual – estades de creixement personal, per exemple).

El Turisme Esportiu

En contraposició, el turisme esportiu inclou aquells desplaçaments motivats per la recerca de la millora del rendiment o la participació en una competició esportiva. Això inclou una estada d'entrenament de rem a l'Estany de Banyoles, la participació en un campionat de natació o l'assistència dels espectadors a una cursa automobilística.

En aquest apartat les subdivisions que proposem poden semblar més clares, polaritzant-se en dues dicotomies “participació activa–presència passiva” i “competició–entrenament”:

1. Participació activa:
 - a. Turisme generat per la participació d'atletes en competicions.
 - b. Desplaçaments generats per estades d'entrenament en una ubicació diferent a l'habitual, amb la possibilitat d'incorporar durant l'estada competicions informals amb equips locals.
2. Presència passiva:

Turisme d'espectacle esportiu. Es tracta del flux de visitants que genera un

esdeveniment esportiu, l'entrenament d'equips esportius, o altres atractius relacionats amb l'esport (per exemple, museus esportius, exhibicions de famosos esportistes o paratges mítics de l'esport, com Wimbledon o el Tourmalet).

Aquesta catalogació del turisme esportiu s'identifica amb la del govern australià que situa el turisme esportiu en un *mercat* nínxol generat per la participació a activitats esportives, sigui un esdeveniment o una competició, un viatge a equipaments esportius o un camp d'entrenament. La participació pot implicar competidors, participants, tècnics, federatius, àrbitres o espectadors. (Australian Government citat per (Sofield, 2003).

Desenvolupament territorial: La importància de les xarxes

Diversificant, enriquint i desestacionalitzant l'oferta, turisme actiu i esportiu generen un valor afegit en el territori i per tot això, han estat objectiu de polítiques turístiques i d'iniciatives empresarials. El què convé preguntar-se és: quines pràctiques i quines condicions hauria de reunir aquesta oferta per generar un desenvolupament territorial sostenible, és a dir, generar beneficis econòmics i socials permetent que els recursos en què es sustenta pervinguin en el temps, considerant un mercat cada vegada més volàtil? Aquesta pregunta s'ha de respondre analitzant què vol dir desenvolupament local, com es genera i qui hi està implicat.

El desenvolupament local és aquella política que cerca el progrés integral del territori (entenent els processos socials, econòmics, ambientals...) a través d'una estratègia transversal i de la utilització de recursos endògens i exògens (López Palomeque, 2005).

El desenvolupament local ha adquirit una importància creixent no només des del punt de vista teòric i d'investigació, sinó també des del punt de vista polític, cooperatiu i de la pràctica (Dematteis & Governa, 2005).

En l'evolució de les ciències socials i de l'anàlisi regional, el terme "desenvolupament" ha sofert un desplaçament semàntic i conceptual i, a més, en diferents moments

històrics han coexistit diverses accepcions de la paraula en un intent d'adaptar-se a les lògiques territorials actuals generades amb la globalització i el pas entre el fordisme i el post fordisme. Aquestes transformacions posen en evidència un canvi en la funció i la consideració del territori en les diferents escales geogràfiques i alhora un creixent interès pels territoris locals, materialitzant-se en quatre aspectes principals (López Palomeque, 2005):

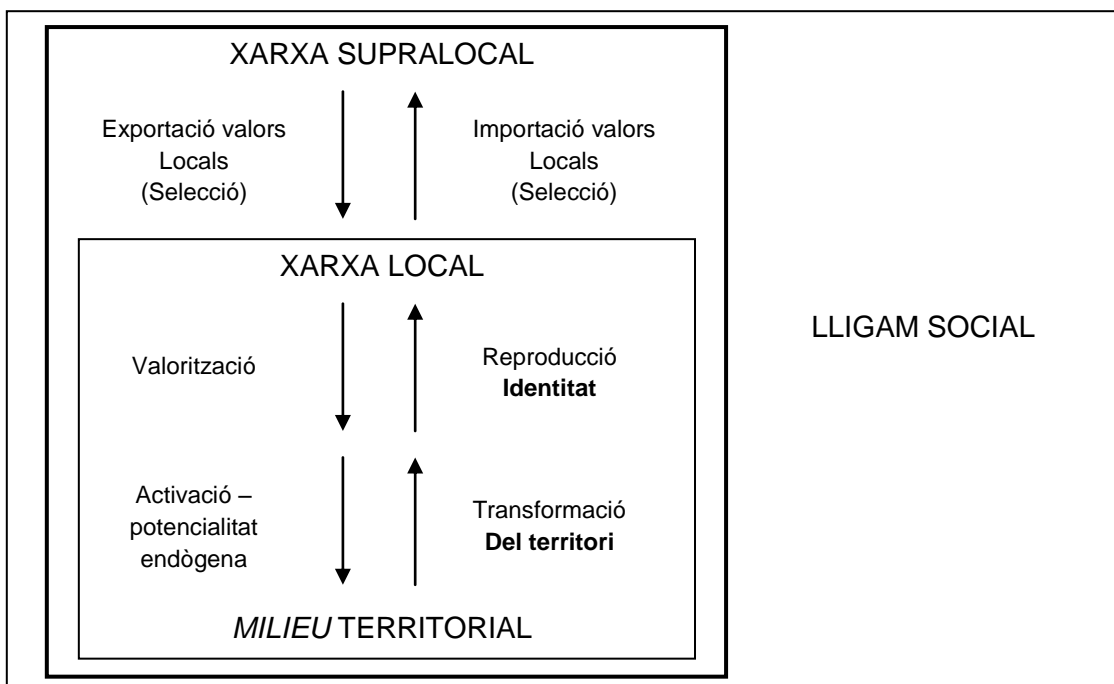
1. La hiperconnexió i la seva relació amb la fragmentació: Avui en dia cada entitat territorial pot lligar el seu desenvolupament a d'altres de llunyanes, diferenciant-se d'aquelles que li són més properes. Això dona origen a fenòmens de fragmentació social, econòmica, política i territorial però també pot estimular noves cohesions territorials en el moment en què les xarxes globals estiguin interessades en utilitzar els recursos i els avantatges competitius locals i per tant, hagin d'adherir-se amb els seus nusos a llocs particulars.
2. La *desterritorialització* i la *territorialització* explica la paradoxa de com la globalització, que tendeix a simplificar la diversitat, no només no anul·la les diferències territorials, ans al contrari, estimula que aquestes assumeixin un paper central. Aquesta doble presència d'homogeneïtzació i identitat la descriu Padiglione (1995): Per un costat la globalització de les pràctiques esportives i les necessitats de difusió per mitjans de comunicació internacionals ha generat una tendència per part de federacions i comitès internacionals a estandarditzar i homogeneïtzar els esdeveniments esportius. D'altra banda, no s'ha verificat l'anunciada desaparició dels esports ètnics; al contrari, contínuament s'observa la represa de jocs populars, de competicions tradicionals i cada cop són més nombroses les comunitats que reinventen les tradicions i recuperen jocs, demanant consell a l'antropòleg (Padiglione, 1995).
3. El canvi en els llocs i nivells de l'acció política va molt lligada a l'aspecte anterior: afebliment de la centralitat i emergència de noves alternatives al govern estatal en nivells inferiors i superiors, al mateix temps que apareixen nous principis i noves lògiques de governabilitat.

4. Per últim, la diferent mobilitat dels factors i components del desenvolupament. Mentre augmenta la mobilitat transnacional de molts elements (informació, innovació,...), altres continuen en els circuits nacionals o regionals, i altres es poden considerar immòbils en quant a que estan estretament lligats a certa especificitat local. Actualment, la transcendència de molts d'aquests factors *immòbils* ha crescut en proporció directa amb la mobilitat mundial d'altres i ha integrat nous conceptes com els fluxos, la identitat, la capacitat organitzativa dels actors locals i l'existència de xarxes locals, per exemple.

El model dels Sistemes Territorials Locals (SLoT)

Com traduir aquests continguts teòrics en instruments d'anàlisi i d'avaluació aplicables a projectes i a accions concretes de desenvolupament local territorial? Una possible resposta es pot trobar en el model conceptual dels Sistemes Locals Territorials (SLoT) dels geògrafs Dematteis i Governa del *Politecnico di Torino*. Aquests autors consideren un sistema local territorial com un agregat o xarxa local d'agents que, en funció de les relacions específiques que mantenen entre si i amb el context específic territorial en el lloc que operen i es desenvolupen (el milieu local), es comporten de fet i en algunes circumstàncies, com un actor col·lectiu (Dematteis , 1994; Governa, 1997). En aquest model interpretatiu els sistemes locals estan formats per una xarxa (relacions horitzontals) d'agregació de subjectes locals i transversals (és a dir, que actuen tant a nivell local com supralocal) que, en el moment en què es doni una identitat col·lectiva del territori, com a voluntat de resistència o com a projecte d'unió, esdevenen actors col·lectius i interactuen amb el milieu (matèria prima que forneix l'esmentada identitat col·lectiva) utilitzant-ne les seves condicions naturals i culturals com a recurs (relacions verticals) (Dematteis & Governa, 2005).

Figura 7 - El Sistema Local Territorial i els lligams socials i territorials



Font: Elaboració pròpia a partir de Jordi (2004)

Segons Dematteis (2005), hi ha desenvolupament local quan la hipermobilitat a nivell global interacciona i es combina amb la fixesa a nivell local. De fet, el local, com a nivell d'organització autònoma, interessa al global en la mesura en què aquest produeix valors propis. Allò que s'obté combinant acció col·lectiva autònoma i "recursos immòbils" constitueix el *valor afegit territorial* del desenvolupament que garanteix a les intervencions i a les transformacions territorials condicions de sostenibilitat, eficàcia i legitimitat. Aquesta "territorialitat activa" es diferencia de la "passiva" en què aquesta tendeix a excloure agents i recursos i es limita a gaudir de l'externalitat i dels recursos territorials amb intervencions exògenes fent un ús del milieu com a patrimoni valorat, però sense innovació.

En un estudi sobre el turisme d'interessos específics (*SIT* en anglès), Novelli i Benson (2005) utilitzen uns termes molt semblants als proposats en el model dels SLoT i postulen que els principis bàsics per reeixir en el mercat "nínxol" del turisme i l'esport són:

1. Una actitud pro-activa en forma d'avaluació dels recursos disponibles (el

milieu de l'SLoT).

2. La implicació dels potencials agents socials (xarxes de subjectes).
3. La planificació d'una acció realista en l'interès dels visitants i pel benefici de les comunitats visitants (projecte).

“El procés de planificació inclou elements com: la presència d'infraestructura, la disponibilitat de recursos, la presència d'emprenedors privats i iniciativa pública, la implicació de la comunitat; la ubicació de recursos i activitats; la predisposició a la innovació i la implantació de principis ètics relacionats amb els productes i els serveis oferts” (Novelli & Benson, 2005: 248).

Elements d'un Sistema Local Territorial

El sistema local està constituït per dos conjunts de components i tres conjunts de relacions. Els components són els agents locals i el milieu territorial local. Les relacions són les dels agents locals entre sí, les dels agents locals i el milieu territorial i la dels components locals i els nivells d'escala supra-locales.

Segons la teoria dels SLoT, els subjectes s'organitzen entre ells per la presència d'un Projecte Comú, aportant la seva proporció de coneixement, legitimitat, influència, formació, recursos.

El milieu és el capital territorial entenent aquest com un *valor* específic, no produïble i immòbil. Un capital territorial que inclou altres capitals en ell mateix (capital relacional o capital empenedor, entre d'altres) i que es va enriquint a través d'una experiència que integra, innova i copia a través del medi local. Els béns relacionals, considerats com a capital territorial, serien el capital cognitiu local, el capital social, l'heterogeneïtat cultural, la capacitat institucional. Els béns relacionals impliquen necessàriament la mediació de l'acció col·lectiva local i en bona part es formen i s'incrementen amb ella (Dematteis i Governa, 2005: 46). Erickson i Kushner presenten la *network identity* o dit d'altra manera, la combinació entre les seves competències bàsiques, altres connexions de xarxes i la seva habilitat de guanyar nou coneixement relacional a l'eficiència operativa de la mateixa xarxa pot ser un capital

interessant a l'hora de seleccionar una ubicació d'esdeveniments (Erickson & Kushner, 1999).

Aquells agents que estan implicats en el Projecte podran aprofitar d'aquest coneixement i generarà nou valor afegit, major avantatge competitiu i, finalment, més capital territorial.

En quant a les relacions, el model de Dematteis i Governa presenta un conjunt de relacions horitzontals i dues de verticals:

1. Les relacions horitzontals entre els diferents agents locals; impliquen una lògica pròpia d'operativitat: governança, participació i consens, etc. Es el què Granovetter (1973) anomenà lligams forts (veieu al capítol de xarxes).
2. Els vincles verticals entre els agents locals i el milieu constitueixen un procés de valorització d'aquells recursos que són importants pel Projecte. El milieu és dinàmic, en el sentit en què s'esdevé segons la percepció dels agents locals.
3. Les relacions verticals entre els agents locals i les xarxes globals possibiliten l'evolució del sistema (sistema obert), ja que els agents locals reaccionen autònomament als estímuls externs segons la seva dinàmica interna. Granovetter els anomena vincles dèbils (1973).

El capítol de xarxes aprofundeix en l'estudi de les xarxes des de l'òptica de l'anàlisi de la teoria de les xarxes socials.

Turisme i esport i Desenvolupament territorial

Turisme i desenvolupament territorial

La idoneïtat de l'activitat turística per processos de desenvolupament local es fonamenta en diversos arguments:

1. La revalorització del territori generada per aquesta relació. Se supera el fet que el territori sigui només el suport físic de processos socials, i passi a formar part com a component bàsic dels processos (Fernández Tabales, 2004).

2. La no necessitat d'efectuar inversions importants per a desenvolupar-se en el medi rural i natural. El turisme es caracteritza per les seves baixes barreres d'entrada i això és quasi una exigència dels processos de desenvolupament local (López Palomeque, 2005).
3. El paper del turisme com a generador d'ocupació i renda i com a dinamitzador respecte a altres sectors de l'economia local, depenent de les condicions naturals, la localització, les condicions econòmiques i les socials on es desenvolupi.
4. La singularitat del procés de producció turística i les responsabilitats que en aquest hi té l'administració pública facilita la implicació als agents socials autòctons (López Palomeque, 2005).
5. El paper que el turisme internacional pot tenir com a vehicle per satisfer les aspiracions de la humanitat per aconseguir una millor qualitat de vida, una part de la qual es pot aconseguir facilitant unes relacions socials més autèntiques entre individuals (Crouch & Ritchie, 1999).

Tot i això, l'amplitud i la diferència que s'observa entre potencialitat i dimensió del mercat turístic, entre expectatives i realitat, obliguen a un balanç més realista i menys triomfalista del protagonisme que juga el turisme com a factor de desenvolupament local (Ivars, 2000) amb l'existència d'una qualitat del producte dubtosa, baixa competitivitat, i la generació d'efectes no desitjats i impactes negatius de dimensió econòmica, territorial i sociocultural (López Palomeque, 2005). Això exigeix una reflexió sobre si el paper del turisme ha de ser complementari o estructural en el sistema productiu, així com sobre la igualtat davant les oportunitats que puguin sorgir amb l'arribada dels turistes (Din, 1997).

Esport i desenvolupament territorial

Així com el procés de planificació turística s'ha caracteritzat molt sovint per la finalitat de perpetuar el creixement econòmic, l'interès planificador en l'esport ha tingut la tendència de concentrar-se en allò que pot aportar a la societat en termes de qualitat de vida.

A més d'aquest objectiu principal, l'esport forma part dels principals sectors d'intervenció de les col·lectivitats locals, considerat com a factor de cohesió social, mitjà de promoció de la imatge del territori o mecanisme de desenvolupament econòmic, en aquest cas per la seva possibilitat per mantenir activitats i ocupació en el territori i definir un desenvolupament turístic sostenible a partir de pràctiques esportives noves, concertades i respectuoses amb un marc comú (Giraud, 2005).

Per tant, l'afectació de l'esport en el desenvolupament local passa molt sovint per una estructura turística i, en aquest cas, l'esport hi juga un paper rellevant. López Palomeque (2005) considera els avantatges següents de l'esport:

1. La presència d'activitats físiques-esportives millora i diferencia l'oferta turística d'una localitat o d'una zona.
2. Les activitats físiques-esportives a més de practicar-se en les zones costaneres poden realitzar-se -i així succeeix, sobre tot en el cas de determinades modalitats- en territoris d'interior, amb la qual cosa contribueixen a potenciar aquests tipus de turisme alternatiu.
3. El desplegament de les activitats en l'entorn rural i en el medi natural poden generar impactes positius i negatius. Entre els positius: constitueix un factor de potenciació del turisme i, en definitiva, de l'activitat econòmica i el desenvolupament local.
4. No es pot oblidar la vinculació d'aquesta activitat amb la cultura (connotació simbòlica de l'esport i sentit patrimonial de la seva pràctica social), fet que contribueix a potenciar el turisme "cultural" d'una localitat, d'una regió o d'un país específic.

Turisme i Esport i desenvolupament local

Poc s'ha treballat sobre la relació directa entre el turisme i esport i el Desenvolupament Local entesa aquesta relació com a sistema complex. Higham fa una relació força extensa i clara de com han estat estudiats els diferents impactes que l'esport té en la indústria turística i especialment en les destinacions turístiques (Higham, 2005), com es pot veure a la Taula 1. La impressió que se'n treu és que pocs

estudis s'han centrat en termes de desenvolupament local i la gran majoria en la importància que l'esport té en l'àmbit turístic. Aquells que tracten el desenvolupament del sector turístic, esportiu o dels serveis, es centren, sobretot en l'àmbit econòmic. Sobre aquest punt, veieu el proper capítol.

Taula 1 - Autors que han estudiat els impactes de l'esport en la indústria turística

La demanda turística	Bale, 1989; Gibson, 1998
Experiències dels visitants en destins turístics	Giulianotti, 1996; Dauncey & Harey, 2000;
Posicionament de la destinació	Priestley, 1995; Hinch & Higham, 2004; Heino, 2000; Nauright, 1995; Higham & Hinch, 2002
Imatge de la destinació	Whitson & Macintosh, 1996; Chalip 1993; Andrews & Jackson, 2001
Influència en l'estacionalitat	Higham & Hinch, 2002; Hudson, 1999; Baum & Hagen, 1999
Desenvolupament del sector turístic o esportiu	Keller, 2001; Schafer & Davidson, 1985; Hall, 1992
Desenvolupament del sector serveis	Gratton i Taylor, 2000

Font: (Higham, 2005)

De les diferents teories en traiem la conclusió que els efectes positius específics del turisme i esport a escala local són:

1. La creació de llocs de treball en àmbits concrets (guiatge i organització activitats en el medi natural) i territoris específics (muntanya, per exemple).
2. La transformació de les estructures socioeconòmiques relacionades amb el turisme esportiu i actiu.
3. Les variacions en el significat simbòlic d'espais concrets (rius, estadis, llacs o cingles, entre d'altres).
4. La consideració cultural de l'esport potencia el vincle amb aquest àmbit.
5. Les millores en les possibilitats de recreació i pràctica esportiva de la població.
6. La seva capacitat per rendibilitzar adequadament els elements naturals, paisatgístics i culturals presents en els àmbits rurals i el medi natural.
7. Els beneficis dels esdeveniments esportius.

Tanmateix, *“aquest tipus de processos integradors i constructius són més l’ excepció que la regla”* i els projectes de turisme i esport rarament es conceben *“amb una dinàmica de previsió i regulació dels canvis i de promoció d’un desenvolupament ordenat per tal d’incrementar els beneficis socials, econòmics i ambientals del desenvolupament”*(Higham, 2005: 96). A més, la interacció entre esport i turisme no sempre és positiva, tal com es veurà al proper capítol (Hinch & Higham, 2004; Standeven & de Knop, 1999).

Un cop aclarit l’objecte d’estudi, el Turisme i Esport, evolucionant a través d’aquest capítol hem pogut anar descobrint la importància de les xarxes per tal d’assegurar que la dinàmica creada arribi a tots els agents, es mantingui en el temps i pugui arribar a crear desenvolupament local.

El model SLoT ens serveix per situar les relacions reticulars en un punt neuràlgic d’aquest procés, siguin aquestes relacions entre els mateixos subjectes de la destinació com entre aquesta destinació i altres xarxes de l’entorn. La quantitat, la fortalesa i la correcta proporció d’aquests dos tipus de xarxes és vital per poder a accedir a informació rellevant i assimilar-la per igual entre tots els subjectes (Pavlovich, 2003).

Resumint el capítol, l’arquitectura de relacions d’intercanvi pot ser un element explicatiu causal de processos de desenvolupament a partir de projectes específics en l’àmbit del turisme i esport. És doncs de vital importància que puguem identificar, promoure i avaluar la creació i consolidació de xarxes locals com a pas previ imprescindible en el procés de desenvolupament local. A partir d’aquí s’estudiarà aquesta seqüència que des del projecte (l’esdeveniment esportiu) i a través de la xarxa acaba en un grau superior de creixement territorial.

1.2.- ELS ESDEVENIMENTS ESPORTIUS

En aquesta última dècada, els esdeveniments i festivals s'han promogut de manera extensiva com un tipus d'eina particularment útil pel desenvolupament regional (Dimmock & Tiyce, 2001; Jones, 2005). En aquest estudi ens interessa investigar els llegats d'esdeveniments locals o regionals, planificats o no, que de forma positiva o negativa afecten de manera intangible la destinació turística en la formació de xarxa entre agents turístics i esportius, amb l'objectiu de poder proposar tècniques per aprofitar-los millor. Per això és fonamental els agents que s'hi impliquen i els impactes o repercussions que generen.

Classificació dels esdeveniments

El creixement del món dels esdeveniments ha creat una classificació pròpia. L'àmplia varietat d'esdeveniments la podem dividir primerament entre festivals (molt relacionats amb la vida social i cultural d'un lloc), el conjunt de trobades, incentius, convencions i fires, el que es coneix com a MICE (*Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions*) i els esdeveniments esportius (Allen, 2008). La literatura anglosaxona ha generat altres termes que, sovint, no tenen traducció en el nostre món i que poden crear confusió. És el cas dels "*hallmark events*", els "*mega-events*" o els "*special events*", per exemple. Aquesta terminologia ha estat definida per diferents autors, entre els quals destaquen els estudis de Getz, (2005, 2008) i Hall (1997).

Dels Jocs Olímpics a les competicions locals

Segons la magnitud d'un esdeveniment, es parla de *mega* esdeveniments (*mega-events*), esdeveniments distintius (*hallmark events*), grans esdeveniments (*major events*) i esdeveniments locals o comunitaris (*local/community events*) (Allen, 2008). Les tres primeres categories, a més, es poden considerar esdeveniments especials (*special events*) si la major part de la despesa és generada per serveis relacionats amb l'esdeveniment, com per exemple allotjament, restauració, transport i animació. Això vol dir que un esdeveniment amb molts espectadors no es considerarà com a 'especial' si només genera despesa l'esdeveniment en si (Spilling, 1996).

El concepte de **mega-event** va ser introduït originalment per Ritchie i Yangzhou (1987: 20) que el van definir com a: “*gran esdeveniment únic en el temps o periòdic, de duració limitada i que serveix per augmentar l’atenció, interès i profitabilitat d’una destinació turística a curt o llarg termini*”. Els *mega* esdeveniments són tan importants que afecten globalment l’economia i tenen una gran repercussió mediàtica.

És difícil posar límits al què és o no és un *mega* esdeveniment. Getz (2005) utilitza els criteris de Marris quan calcula que el seu volum hauria d’excedir el milió de visites i el cost hauria de superar com a mínim els 500 milions de dòlars, mentre que la seva reputació hauria de ser la d’un esdeveniment que ‘cal veure obligatòriament’. Aquestes quantitats però semblen ja completament sobrepassades si considerem el cost dels Jocs de Pekín (2 bilions de dòlars només en reconstrucció de les instal·lacions esportives (Pravda, 2008) i el pressupost dels Jocs Olímpics de Londres que estarien entre 12 milions de lliures esterlines segons la xifra oficial i 20 milions de lliures esterlines segons els crítics (Lea, 2008).

Històricament s’ha donat molta importància per part d’investigadors i acadèmics als Jocs Olímpics. La seva magnitud, importància política i econòmica, visibilitat als mitjans de comunicació i altres aspectes aliens a l’esport els han fet temes populars. Tot i això, no són un bon exemple del què serien uns esdeveniments típics (Getz, 2008). Sens dubte el *mega* esdeveniment català més significatiu ha estat el dels Jocs Olímpics de Barcelona l’any 1992.

Els **esdeveniments distintius** són aquells que s’han identificat d’una manera tan profunda amb l’esperit d’una ciutat o regió que han esdevingut sinònims amb el nom d’aquest lloc i han estès el seu reconeixement (Allen, 2008). Aquests esdeveniments han de tenir una certa importància i duració limitada i haver estat desenvolupats, en primera instància, per incrementar el coneixement, atractiu i profitabilitat d’una destinació turística. La diferència amb els *mega* esdeveniments és que els esdeveniments distintius són repetitius en el mateix lloc de manera que poden proveir a la comunitat o destinació amb un avantatge competitiu en front d’altres destinacions (Getz, 2005).

Clars exemples d'aquesta modalitat serien el Carnaval de Rio de Janeiro, la *Oktoberfest* de Munic o el Tour de França.

Els **grans esdeveniments** són capaços per la seva escala i interès en els mitjans de comunicació d'atraure un nombre de visitants significat, cobertura mediàtica i beneficis econòmics (Allen, 2008). Poden ser tant específics d'un lloc com formar part d'una rotació. La diferència amb el *mega* esdeveniment és, com deiem més amunt, el nombre de visites o el cost.

A Catalunya, exemples rellevants serien la Fórmula 1, partits de futbol importants del FC Barcelona, alguns festivals de música, fires com la *Bread and Butter* i els campionats mundials d'atletisme 2010 o els de natació, 2013.

Finalment, moltes comunitats produeixen a nivell **local o regional** una gran varietat de festivals i esdeveniments que estan orientats preferentment a audiències locals i que es realitzen en primera instància pel seu valor social i recreatiu. Els esdeveniments de petita magnitud inclourien competicions de temporada regular (lligues de basquet, hoquei, handbol, futbol), competicions internacionals fixes de poc relleu, competicions domèstiques, competicions per veterans o minusvàlids, etc.

A la Taula 2 es pot distingir entre els diferents tipus d'esdeveniments.

Taula 2- Classificació dels esdeveniments

Tipus	Espectadors / participants	Freqüència	Nacional – Internacional	Activitat econòmica	Interès mediàtic	Exemple
Mega	Més d'un milió d'espectadors	Rotatiu	Internacional	Molt elevada	Molt Gran	Jocs Olímpics Londres 2012
Distintiu	Enfocat als espectadors	Anual	Internacional	Elevada	Gran	Torneig de Wimbledon
Gran	Enfocat als espectadors	Rotatiu	Internacional	Incerta	Gran – Mig	Campionat Atletisme Barcelona'10
		Repetitiu	Internacional	Incert	Gran – Mig	Gran Premi Fórmula 1 Barcelona
Local / regional	Enfocat als participants	Anual	Nacional	Baixa	Baix	Cursa de la Mercè

Font: Elaboració pròpia a partir de diferents autors

La Secretaria General de l'Esport, entitat del govern català que administra l'esport, classifica els esdeveniments internacionals segons tres criteris:

- Nivell esportiu de la competició (dins el seu esport)
- Pressupost de l'esdeveniment i possibilitats de finançament privat
- Impacte social i econòmic de l'esdeveniment

El nivell esportiu es classifica segons si són campionats d'Europa o del Món i copes d'Europa o del Món i equivalents; altres esdeveniments internacionals que figuren al calendari oficial de la Federació internacional; altres esdeveniments internacionals.

El criteri del pressupost es divideix en un primer nivell entre 0 i 10.000 €; un segon nivell entre 10.000 i 25.000 €; un tercer nivell entre 25.000 i 50.000 €; l'últim nivell per aquells amb un pressupost superior als 50.000 €.

Finalment, l'impacte social i econòmic es mesura en volum de participació (esportistes), volum d'espectadors en directe, i temps d'emissió en televisió.

Altres classificacions dels esdeveniments esportius

A més de les classificacions anteriors utilitzades per la literatura acadèmica per estudiar els esdeveniments, existeixen altres taxonomies més emprades a nivell professional.

La primera distingeix entre els esdeveniments que formen part del calendari d'una federació o els esdeveniments *independents*. Els primers han d'estar organitzats per clubs inscrits en la federació de la modalitat esportiva respectiva i poden formar part d'un circuit anual (com proves d'un campionat, d'una copa) o ser competicions aïllades. El fet de formar part d'un calendari federatiu permet ser comunicat a un públic objectiu interessat en aquest tipus de proves i comptar amb certa prescripció pel fet d'estar acreditat pels estaments oficials. Els esdeveniments *independents* poden estar organitzats per entitats sense ànim de lucre, administració pública o empreses privades. En no haver de seguir directius federatives els permet més llibertat i adaptació a diferents tipus de públic.

Una altre tret distintiu és el format de l'esdeveniment, podent distingir entre una cursa amb participació de diferent nombre d'esportistes (marató), un partit entre dos equips o individuals (partit de waterpolo), torneig en què s'enfronten diferents equips o esportistes durant alguns dies eliminant-se entre ells (torneig de tennis), una lliga on juga tothom contra tothom i acumula punts segons els partits guanyats (lliga de hoquei sobre patins), i tot altre tipus de format segons paràmetres espacials (cursa per etapes), motivacional (competitiu–recreatiu), especialització (màster–infantil, adaptat, etc.), etc.

Esdeveniments i turisme

Tots aquests esdeveniments necessiten en menor o major grau de serveis turístics. Les relacions entre els esdeveniments i el turisme és tan estreta que fins i tot en anglès existeix el terme "*events tourism*" que apareix als anys vuitanta i es defineix com "*la planificació, desenvolupament i màrqueting sistemàtic de festivals i esdeveniments especials com a atraccions turístiques, catalitzadors i generadors d'imatge turística*" (Brown, Chalip, Jago, & Mules, 2004: 281). Getz, probablement l'autor que més els ha estudiat, identifica dos significats basat en la seva gestió i en els segments turístics que afecta (Getz, 2005):

- La planificació sistemàtica, desenvolupament i màrqueting d'esdeveniments com a atracció turística, catalitzadors d'altres desenvolupaments, creació d'imatge i animadors d'atraccions i destinacions.
- Un segment de mercat consistent en aquella gent que viatja per assistir a esdeveniments o pot estar motivada per assistir a esdeveniments quan estan de viatge.

Repercussions dels esdeveniments esportius

Els esdeveniments generen conseqüències i això s'ha estudiat molt

Els esdeveniments esportius no es realitzen en el buit. Afecten gairebé cada aspecte de les nostres vides: el social, el cultural, l'econòmic, el mediambiental, l'emocional.

De fet els esdeveniments es podrien veure des de la perspectiva dels sistemes oberts (Getz, 2008), identificant les entrades (allò necessari per fer que els esdeveniments passin, incloent els costos de la candidatura, la construcció i compra de la infraestructura i el màrqueting), el procés de transformació (els esdeveniments com a generadors de canvi), i les sortides (impactes positius o negatius, planificats o no, tangibles o intangibles desitjats i indesitjats (Gratton & Preuss, 2008), incloent externalitats). Depenent en la perspectiva de cada ú, les sortides i processos de canvi es poden interpretar com a impactes positius o negatius.

La mesura dels impactes dels esdeveniments és un camp amb molta literatura acadèmica i professional (Getz, 2007; Hall, 1997; Preuss, 2005; Weed, 2007), tant per comparar les conseqüències generades amb les inversions fetes com per justificar inversions de fons públics en finançar aquests esdeveniments (Crompton, Lee, & Shuster, 2001; Gratton & Preuss, 2008; Preuss, 2005).

Impactes positius versus negatius

Esdeveniments son beneficiosos

Les expectatives de que els esdeveniments poden millorar l'economia de la ciutat, regió o país organitzador ha justificat la inversió pública en forma d'injecció financera, proveïment de serveis públics o utilització de infraestructura (Brown et al., 2004). Ser la seu d'un esdeveniment esportiu ha comportat un seguit de beneficis per les diferents comunitats organitzadores. D'entre aquests beneficis n'hi ha alguns que estan acceptats majoritàriament i són postulats raonables, com la regeneració urbana, l'increment de visibilitat de la comunitat, guanys psíquics positius, millora de la imatge de la comunitat, etc.

Els impactes positius permeten millorar la imatge de l'organització i poder comptar amb un gran suport en forma de recursos humans o financers per a properes iniciatives, incrementar la motivació dels voluntaris implicats, augmentar el suport popular a operacions urbanístiques o de turisme esportiu, atraure espònsors, etc.

Esdeveniments no son tan beneficiosos

A l'altra cara dels factors positius, cal considerar els costos per pagar serveis locals (control del trànsit, serveis d'emergència, recollida d'escombraries, etc.), les fugues de capital per la implicació de negocis forans en l'operació (Mondello & Rishe, 2004), costos d'oportunitat pels residents o turistes que no es quedaran a l'àrea per por a la increment de trànsit, de multituds o de preus (Kasimati, 2003), impactes socials negatius de l'ordre de congestió de trànsit, vandalisme, augment de la policia, degradació ambiental i interferències en els estils de vida dels residents (Reid, 2008).

D'altra banda, sovint la demanda de serveis relacionada amb l'esdeveniment es condensa en un període de temps relativament curt, des d'un sol dia fins a una setmana (en molt pocs casos, diverses setmanes) i, com que els serveis no es poden produir abans de temps i emmagatzemar-se, això comporta problemes de saturació en els serveis esmentats, saturació que influeix tant en la qualitat del servei com en la distribució dels beneficis rebuts, o l'augment de preus (Kasimati, 2003).

Davant d'aquesta dicotomia, Sacha Reid (2008) considera que existeixen tonalitats de grisos i, per evitar l'aspecte negatiu que pot denotar la paraula impacte, proposa d'utilitzar el terme conseqüència, mot que en el nostre estudi combinem amb el d'impacte o llegat.

La diferenciació entre impacte i llegat, però, no sembla tan banal. Tot i que a la literatura es barregen els dos termes, un llegat és una herència, per tant denota una visió a llarg termini, mentre que el mot impacte té una accepció més puntual. *"Independentment de la forma real que un llegat pot prendre, la idea subjacent en la creació de llegat és que representa una substància que millori a llarg termini el benestar i estil de vida dels residents de destinació"* (Ritchie, 2000: 156). Apreciació més genèrica la de Gratton i Preuss (2008: 1924) que el llegat són *"les estructures planificades i no planificades, positives i negatives, intangibles i no tangibles que es crearan durant un esdeveniment esportiu i continuaran després de l'esdeveniment"*.

La majoria d'estudis d'impactes s'han centrat en grans espectacles com cites olímpiques, campionats del món o Europa, lligues d'esports multitudinaris, etc. (Higham, 1999; Irwin & Sandler, 1998; Ritchie & Adair, 2004), oblidant els esdeveniments de menor escala. Els esdeveniments locals o comunitaris sovint produeixen un ventall de beneficis com el de la generació d'orgull a la comunitat, enfortir el sentiment i pertinença a un lloc, promoure l'esport o les arts i incentivar actituds cíviues (Allen, 2008). Per contra, són més fàcils de gestionar en utilitzar infraestructura ja existent, amb inversions reduïdes. Això evita el número d'impactes negatius que s'associa als grans esdeveniments (desplaçament de residents, costos d'oportunitat importants, impactes en la qualitat de vida de la comunitat, turistes potencials que canvien la seva destinació per evitar les multituds, empreses externes que exporten els ingressos que s'hagin pogut fer, incomoditats per aspectes de seguretat, instal·lacions ambicioses poc utilitzades en el futur, etc.) (Higham, 1999; Mondello & Rishe, 2004).

Repercussió econòmica

L'estudi dels impactes econòmics és un subjecte de discussió important en àmbits de màrqueting esportiu o de gestió pública, ja que poder fer una estimació de l'impacte econòmic d'un esdeveniment és molt complex (Allen, 2008) i sovint massa subjectiu (Chalip & Leyns, 2002). De fet, hi ha una gran controvèrsia sobre la veritable utilitat econòmica per a les comunitats (Crompton, 1995; Porter & Fletcher, 2008), dubtes que sorgeixen quan es té en compte que molts d'aquests estudis que lloen les virtuts dels esdeveniments per millorar l'econòmica local estan dirigits o encarregats per aquells que els organitzen i necessiten els fons econòmics per tirar-los endavant (Gratton & Preuss, 2008; Kasimati, 2003).

L'impacte econòmic en esdeveniments esportius és el canvi en l'economia resultat d'un esdeveniment esportiu. El canvi està causat per una activitat que inclou l'adquisició, operació, desenvolupament i utilització dels equipaments esportius i serveis (Lieber & Fesenmaier, 1983). Aquestes operacions, per la seva banda, generen la despesa dels visitants i de l'administració, oportunitats laborals i guanys fiscals.

Els impactes econòmics es poden classificar, en una primera fase, en efectes directes, indirectes i induïts. Els efectes directes són les compres necessàries per poder complir amb les exigències en forma de béns i serveis, dels visitants. Efectes indirectes són les ones provocades per sèries addicionals de recirculació del capital inicial. Efectes induïts són l'augment de llocs de treball i ingressos domèstics que resulten de l'activitat econòmica generada pels efectes directes i indirectes (Howard i Crompton, 1995)

En una segona fase, també es pot parlar de la distribució espacial de la despesa. Així Turco (2002) considera que la unitat més reduïda seria el centre neuràlgic, l'atracció, l'espai físic on es realitza la competició (*on site spending*). Despeses en aquesta zona són normalment de menjar, begudes, lleure i regals; es tracta de la despesa menys significant de tot el conjunt. La part més important de l'impacte econòmic es genera al següent cercle o àrea de suport (*off site spending*). Els negocis normalment afectats pel turisme serien els de l'allotjament, menjar i beure i transport. Aquesta metodologia de classificació ens permet distingir els guanys retinguts en la zona (i per tant amb possibilitats de poder continuar circulant) i aquells "exportats".

Una altra classificació, del govern britànic, fa una distinció important entre impacte absolut i impacte diari i considera que la millor manera de comparar l'impacte econòmic atribuïble a diferents esdeveniments és l'impacte diari (UKSports, 2004).

Finalment, cal també distingir entre aquells impactes de caràcter positiu o negatiu, com es pot apreciar a la taula següent, essent aquesta divisió més complexa del què pugui semblar.

Taula 3 - Conseqüències econòmiques positives i negatives dels esdeveniments esportius

Conseqüències positives	Conseqüències negatives
<ul style="list-style-type: none">- Nova infraestructura tant esportiva com general- Augment del turisme- Augment de l'ocupació laboral- Oportunitats per negocis locals- Redistribució de negocis- Màrqueting de les ciutats	<ul style="list-style-type: none">- Alts costos en construcció- Inversió en estructura no necessària- Endeutament del sector públic- Pèrdua de visitants fidelitzats- Increment dels preus dels immobles- L'increment de l'ocupació laboral i de les activitats empresarials és tan sols momentània

Font: Elaboració pròpia a partir de diversos autors

Com s'avaluen els impactes econòmics

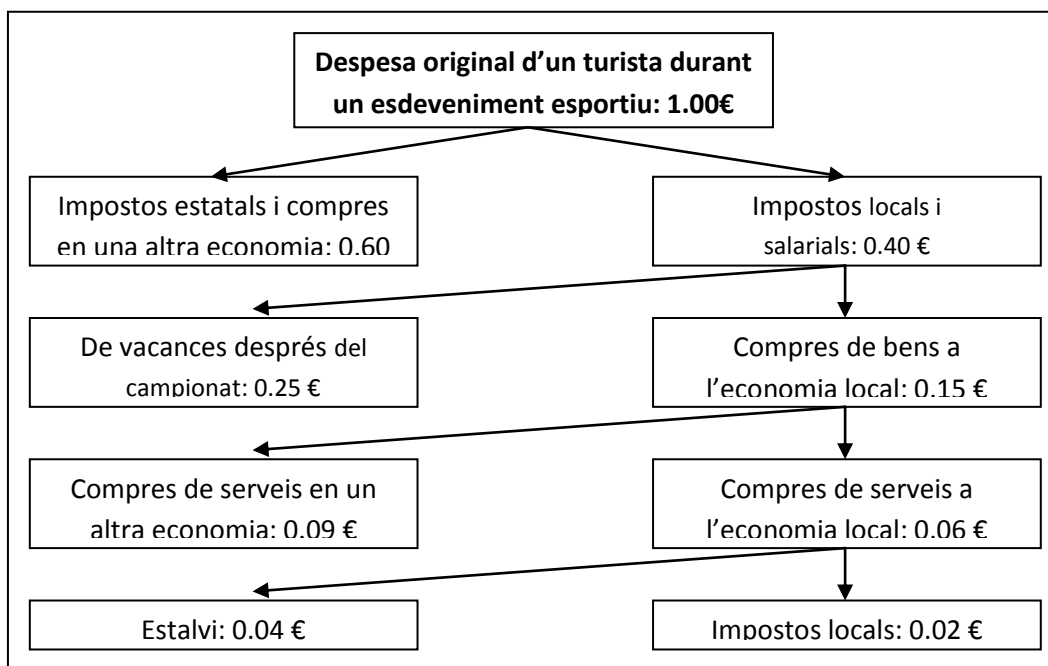
Els impactes econòmics normalment s'estimen utilitzant una anàlisi cost-benefici que compara el cost de l'activitat directament amb els beneficis produïts. Els costos poden ser previsibles i amagats o imprevisibles. Aquests estudis es poden fer abans per decidir si es tira endavant un esdeveniment, o bé després, per conèixer quin ha estat l'impacte real.

En el primer cas s'haurà de treballar amb previsions de visitants, el programa esportiu, la disponibilitat de serveis turístics, etc. Un cop es tenen aquestes dades es fan una sèrie de càlculs segons l'experiència obtinguda en altres esdeveniments similars i així es pot ser el més acurat possible.

En les estimacions *a posteriori* és necessari conèixer quin ha estat el comportament dels visitants, la comptabilitat de l'organització, la implicació empresarial, etc. Els investigadors han utilitzat varies tècniques de recollida de dades, incloent enquestes, control de comptabilitat i registre d'impostos. Molt sovint la metodologia està feta a mesura de l'esport, la localització, el temps i els recursos (humans i financers) disponibles. Aquestes dades permeten preveure el comportament del mercat en esdeveniments posteriors.

Un cop tenim la despesa directa, cal un model estadístic per estimar l'impacte econòmic final de l'esdeveniment. En aquest cas s'utilitzen diferents coeficients multiplicadors pels diferents sectors de l'economia com la gastronomia o l'allotjament. L'efecte multiplicador demostra el procés a través del qual una despesa inicial en una regió genera posteriors cicles de reinversió en el mateix territori i permet calcular l'impacte econòmic total de l'esdeveniment (Crompton, 1995). El principi bàsic de l'efecte multiplicador comença en una despesa inicial com a ingrés addicional en una economia. Com es pot veure a la Figura 8, una part d'aquest ingrés addicional és invertit i més endavant, reinvertit en la regió (Archer, 1984) i la resta es perd (fuga). La majoria de debats d'ordre econòmic relacionats amb els esdeveniments esportius s'han centrat sobre si els multiplicadors utilitzat pels estudis d'impacte econòmic eren els correctes (Crompton, 1995).

Figura 8 - Representació de fugues i reinversions de la despesa



Font: Elaboració pròpia

Problemes i dificultats a l'hora de calcular els impactes econòmics dels esdeveniments

Crompton (1995), en un estudi citat posteriorment per molts altres treballs, va identificar una sèrie de pràctiques comuns a l'hora d'avaluar l'impacte econòmic dels esdeveniments que en dificulta una consideració fiable:

1. Ús de conceptes diferents i, fins i tot, contraposats sobre el mateix multiplicador.
2. La inclusió d'espectadors locals i visitants casuals a l'esdeveniment. Alguns espectadors forans potser ja havien planificat la seva estada en aquell territori i tan sols van canviar la data perquè coincidís amb l'esdeveniment. Altres turistes podien haver escollit aquella destinació sense pensar en l'esdeveniment i, un cop allà, decidir presenciar una competició en comptes de fer una altra activitat de lleure.
3. Impactes econòmics estudiats per consultors contractats per un poder polític poden tenir la tendència a només valorar els aspectes positius a l'engròs i no

nets, oblidant costos econòmics substancials o potencials problemes socials com congestió del trànsit, vandalisme, degradació ambiental, etc .

4. Omissió dels costos d'oportunitat.
5. Dificultat en identificar acuradament el territori d'impacte.
6. Les interpretacions d'estudis d'un impacte econòmic desenvolupat amb correcció es poden alterar segons la subjectivitat dels investigadors.

Repercussió social

Ha estat només en els últims anys que hi ha hagut un canvi en la investigació d'impactes amb un major reconeixement cap a les conseqüències socials dels esdeveniments (Delamere, 1997; Fredline, Jago, & Deery, 2003), investigació més complexa que la de les repercussions econòmiques per la dificultat de quantificar-los i de sostreure costos de beneficis (Reid, 2008) amb una aproximació més narrativa que no la quantitativa dels econòmics (Allen, 2008). Els impactes socials depenen de la diferent percepció i de l'efecte divers que poden tenir sobre els membres d'una comunitat (Fredline et al., 2003).

Reid (2008) explica que aquestes conseqüències es refereixen a aspectes de la qualitat de vida de les comunitats afectades, com l'estratificació social, actituds, creences, valors i estils de vida. *“Les conseqüències socials són el resultat de canvis percebuts en els sistemes de valors, comportament individual, relacions familiars, estils de vida col·lectius, nivells de seguretat, conducta moral i organització comunitària”* (Reid, 2008: 90).

Tots els esdeveniments tenen un impacte social i cultural directe en els participants i algunes vegades en les poblacions que els acullen (Getz, 2005). Les diferents línies de recerca suggereixen que les comunitats locals sovint valoren positivament aspectes dels esdeveniments esportius i estan preparats per acceptar inconvenients temporals perquè aquests actes generen emocions i, a llarg termini, es veuen com a potencials generadors de beneficis, tot i que puguin tenir repercussions negatives menys visibles. Tal i com expliquen Gratton i Taylor (2000), la regeneració econòmica que comporta un esdeveniment té el seu paral·lelisme en una regeneració social en

ajudar als ciutadans a sentir-se millor a la seva ciutat, i proveir-los de bones instal·lacions esportives. A aquest punt de vista s'hi suma la visió de l'esport com una forma cívica d'implicació social, i per tant, com un vehicle per la inclusió social i revitalització de la comunitat. De fet, l'orgull i la identitat ciutadana i la millora de la imatge són, juntament amb les conseqüències positives, una de les majors raons per donar suport als esdeveniments esportius per part d'una comunitat (Misener & Mason, 2006).

Impactes socials negatius

Aquesta afirmació però, és matisada per altres estudis que associen impactes negatius als esdeveniments esportius, i aquesta visió guanya adeptes a mesura que s'incrementen els esdeveniments esportius (Getz, 2005). Aquests efectes poden anar des del vandalisme o increment d'actes criminals (Getz, 2005), fins a problemes de trànsit (Hall, 2004), incloent l'augment d'accidents (Syme, Shaw, Fenton, & Mueller, 1989) o dirigisme cap a certes ideologies polítiques (Syme et al., 1989), ja que els governs s'han adonat del gran potencial que tenen els esdeveniments per millorar l'opinió pública envers els polítics (Allen, 2008).

Com es mesuren

S'han utilitzat algunes perspectives teòriques per explicar les reaccions dels residents als esdeveniments esportius (Getz, 2005), la més interessant de les quals podria ser la de Small i Edwards (2008), coneguda com l'escala de Percepció de l'Impacte Social (*Social Impact Perception* (SIP) en anglès), que mesura l'apreciació que tenen els residents de l'impacte social resultant de festivals. En aquesta teoria, l'anàlisi factorial identifica sis dimensions: inconvenients, identitat comunitària i cohesió, frustració personal, recreació i oportunitats per socialitzar, creixement i desenvolupament de la comunitat, i conseqüències en el comportament.

Com a resum de l'apartat exposem la taula 4 dels impactes positius i negatius segons els diferents autors citats.

Taula 4 - Conseqüències socials positives i negatives dels esdeveniments esportius

Conseqüències positives	Conseqüències negatives
<ul style="list-style-type: none">- Eina per regeneració urbana- Promou l'esperit comunitari- Proveeix oportunitat de lleure- Permet l'entesa cultural i educativa- Anima a participar en activitats esportives- Permet compartir experiències- Pot ajudar a la revitalització de les tradicions- Pot generar orgull comunitari- Amplia les perspectives culturals	<ul style="list-style-type: none">- Incomoditats- Comportament antisocial- Saturació i accidents de trànsit- Explotació i manipulació cultural per la seva comercialització- Deslocalització social- Pèrdua de tradicions- Canvis en valors i patrons comunitaris- Alienació i manipulació de la comunitat- Pèrdua de benestar

Font: (Reid, 2008) i altres

Com aconseguir efectes positius

Segons Misener i Mason (2006), per tal de que els esdeveniments tinguin un impacte positiu a les comunitats locals han d'abraçar els valors centrals dels residents, els grups de la comunitat i associacions de veïns. Parlem de valors sobre l'espai i com a aquest espai se li dóna un sentit col·lectiu en aquestes comunitats. Una implicació de la comunitat que s'ha de viure durant tot el procés organitzatiu, des de la candidatura, a la preparació i l'execució. Parlem doncs, entre d'altres, de crear noves xarxes relacionals o enfortir les existents.

Repercussió mediambiental

En el moment en què les institucions públiques i entitats privades reconeixen la importància del desenvolupament sostenible, els impactes ambientals de les competicions esportives, especialment dels grans esdeveniments, comencen a generar un interès creixent (Getz, 2008) .

Els impactes ambientals poden tenir diferent grau i intensitat depenent del tipus d'esdeveniment (entorn natural o urbà, duració de la prova, nombre de participants i espectadors) i produir externalitats positives i negatives. Per exemple, els esdeveniments poden ajudar a regenerar la ciutat que els allotja, amb els beneficis

que una planificació mediambiental pugui aportar a nivell de transports, vies urbanes per bicicletes, i també significar un aparador on els procediments i actuacions mediambientals són difosos i transmesos a la comunitat.

D'altra banda, els grans esdeveniments, i especialment els Jocs Olímpics han generat crítiques pels efectes negatius que semblen generar en espais sensibles, utilitzar reserves de capital natural no recuperable i contribuir a l'emissió de carboni relacionat amb el canvi climàtic (Jones, 2008). Altres efectes importants són la construcció d'equipaments amb l'impacte que això produeix durant la construcció i l'operació en el medi i el paisatge, la utilització intensa de recursos, el soroll, l'afluència de gran quantitat de gent, els residus.

En relació als impactes negatius, és destacable que el Comitè Olímpic Internacional hagi accentuat cada vegada més la importància de les consideracions ambientals en la planificació i l'execució dels Jocs Olímpics, i així el 1996, la Carta Olímpica es va modificar per adaptar-se a l'Agenda 21 i el medi ambient es contempla actualment com el tercer pilar del moviment olímpic, juntament amb el cultural i l'esportiu (International Olympic Committee, 1996). Un resum dels diferents impactes mediambientals dels esdeveniments esportius el trobeu a la Taula 5.

La quantificació dels efectes mediambientals, ha estat l'última àrea en rebre l'interès dels acadèmics, en un intent d'aconseguir una anàlisi completa (econòmica –social– ambiental) de l'esdeveniment (Getz, 2008). De totes maneres, aquests impactes són difícils d'avaluar de manera quantitativa per la seva extensió i durada. Això provoca que qualsevol avaluació ambiental sigui parcial. Dues tècniques són les més utilitzades per quantificar l'efecte ambiental dels esdeveniments esportius. L'Empremta Ecològica i el model *Input – Output* Ambiental. Les dues aproximacions ofereixen perspectives espacials diferents, amb la primera més interessada en una dimensió global del consum de recursos, i la segona més enfocada en efectes locals (Collins, Jones, & Munday, 2009b).

La tècnica de l'Empremta Ecològica es va començar a utilitzar a principis dels anys 90 com un indicador agregat de l'impacte ecològic global del consum de recursos i es basa en una unitat de mesura equivalent a la mitjana mundial d'una hectàrea

productiva (*Global Hectare Area* (GHA) en anglès) i normalment s'expressa com a hectàrees globals per càpita (gha/càpita). D'altra banda, a l'anàlisi *Input-Output* Ambiental li interessa estudiar les transaccions entre economia i medi ambient. D'alguna manera les dues aproximacions es complementen. Per exemple, la segona tècnica permet una estimació de l'impacte ambiental d'un esdeveniment esportiu dins d'una regió, mentre que l'Empremta Ecològica revela els impactes a nivell més global (Collins et al, 2009b).

Taula 5 - Conseqüències mediambientals positives i negatives dels esdeveniments esportius

Conseqüències positives	Conseqüències negatives
<ul style="list-style-type: none">- Mostra el medi ambient- Proporciona models de millors pràctiques.- Augmenta la consciència ambiental.- Garanteix un llegat d'infraestructura.- Millora del transport i les comunicacions.- Transformació urbana i renovació	<ul style="list-style-type: none">- Danys al medi ambient.- Contaminació.- Destrucció del patrimoni.- Sorolls.- Congestió del trànsit.

Font: Jones 2008, Collins 2009 i pròpia

Repercussions en el turisme

Donald Getz (2008) deia que a principis del mil·lenni a Nord Amèrica gairebé cada ciutat tenia la seva iniciativa de turisme esportiu, sovint amb entitats i personal específic, mentre la pugna per aconseguir esdeveniments i atraure els espectadors i participants era forta. Probablement podríem dir el mateix a Europa i Catalunya. Hi ha un gran nombre de raons per aquesta importància emergent que es dona als esdeveniments en el turisme. D'una banda perquè poden tenir un efecte directe en la indústria turística a partir de l'augment del número de visitants i la seva despesa, generar ocupació dels allotjaments, reduir fluctuacions estacionals, etc.; de l'altra, perquè poden servir com una palanca per generar futur desenvolupament en aquest sector a partir de generar activitats de màrqueting, de millora de l'allotjament i altres equipaments, de formació en servei al client i augment de qualitat.

L'estudi i recerca de la incidència en el turisme dels esdeveniments esportius encara està en les primeres fases de desenvolupament i hi ha un gran marge per a avenços teòrics. Fins ara, igual que en l'estudi genèric dels esdeveniments, els temes més estudiats són impactes generats en el desenvolupament econòmic (Getz, 2008).

A continuació esmentem aquells estudis dels impactes dels esdeveniments esportius específicament en el turisme (veure Taula 6)

Afluència de visitants

Els esdeveniments tenen un efecte en l'arribada de turistes en una destinació (Webb, 2005). Els responsables turístics sovint utilitzen els esdeveniments en el marc de les campanyes de màrqueting creant nous productes turístics i promocionant-los amb la finalitat d'augmentar el número de visitants (De Groote, 2005).

Impactes econòmics

Les repercussions econòmiques genèriques dels esdeveniments explicades anteriorment afecten, i en gran mesura, el sector turístic, siguin els allotjaments, la restauració, el transport o les agències receptives.

Taula 6 - Conseqüències dels esdeveniments esportius en l'àmbit del turisme

Increment dels visitants a una regió (De Groote, 2005)
Reducció de l'estacionalitat o extensió de la temporada turística (Higham & Hinch, 2002)
Dispersió del guany turístic a partir d'un esdeveniment (Allen, Johnny, 2008)
Promoció del destí (Webb, 2005)
Millora de la imatge del destí i del seu reconeixement (Chalip, 2004; Higham & Hinch, 2002; Brown, Chalip, Jago, & Mules, 2004)
Branding del destí (Brown et al., 2004; Jago, Chalip, Brown, Mules, & Ali, 2003)
Desenvolupament turístic (Pyo, Cook, & Howell, 1988; Spilling, 1996)

Aquí també, diferents estudis han establert els factors que afecten una major o menor propensió a realitzar activitats turístiques per part dels turistes esportius i, per tant, a generar despesa en aquest sector.

Dispersió geogràfica dels beneficis econòmics

Quan les destinacions implicades en l'esdeveniment esportiu són entitats geogràfiques extenses, com podria ser una regió o un estat, els esdeveniments poden motivar als turistes a viatjar a àrees fora dels llocs habituals de visita i d'aquesta manera dispersar els possibles beneficis econòmics (Allen, 2008).

Desestacionalització

Els esdeveniments tenen la capacitat de poder ser programats en períodes de baixa demanda turística o s'utilitzen per allargar la temporada turística ubicant-los just abans o després dels moments més àlgids. Aquest aspecte va molt relacionat amb el de la imatge, ja que aquest tipus d'estratègia pot ajudar a canviar la percepció de "temporada única" d'una destinació per presentar les possibilitats que ofereix tot l'any (Higham & Hinch, 2002).

Reforçament de la imatge turística

Els esdeveniments poden ser una oportunitat per assistir en la creació, canvi o reforçament de la imatge d'una destinació turística, sigui gràcies a uns Jocs Olímpics (Brown et al., 2004) o un campionat de rallis (Webb, 2005).

Millora de les infraestructures turístiques

En el marc de l'augment d'inversions en equipament i infraestructures que generen els esdeveniments (sobretot els grans esdeveniments com els Jocs Olímpics), el sector del turisme també es pot veure afectat (Pyo, Cook, & Howell, 1988; Spilling, 1996). Inversions en el sector privat de restaurants, allotjament i posada en valor de la

destinació s'afegeixen a aquells més relacionats amb l'aspecte esportiu com la construcció d'estadis o millora de comunicacions en l'àmbit urbà (exemple de Barcelona).

Creació de dinàmiques internes als destins

Finalment, pel tema que ens ocupa, trobem interessant dos estudis sobre el potencial dels esdeveniments en aspectes de gestió de destinacions turístiques: l'estudi de l'equip de Jago sobre els factors bàsics per poder integrar de manera satisfactòria els esdeveniments en les estratègies de marca de les destinacions fent especial èmfasi en la planificació cooperativa entre agents claus de la destinació (Jago, Chalip, Brown, Mules, & Ali, 2003) i l'anàlisi dels aspectes claus de la competitivitat de destinacions turístiques que inclou l'organització d'esdeveniments, entre altres coses, pel potencial que tenen per implicar a membres de la comunitat local i amb això afavorir la qualitat de vida dels ciutadans (Crouch & Ritchie, 1999).

Repercussions en aspectes relacionals

Com ja s'ha vist en els apartats precedents, hi ha molts tipus d'esdeveniments esportius i cada un té la seva essència, mercat i organització interna. A més, els esdeveniments esportius actualment no només serveixen als interessos d'uns practicants o d'uns espectadors, sinó que han d'abastar un ampli ventall de requeriments incloent els objectius institucionals (promoció turística, desenvolupament urbà, agenda política), mediàtics (audiència), patrocinadors (notorietat de la marca, augment de vendes, posicionament), expectatives de la comunitat (orgull comunitari, revitalització del comerç, ocupació hotelera, etc.) i preocupacions mediambientals (respecte a l'entorn natural, als valors culturals, etc.). Agents, incloent els organitzadors de l'esdeveniment, la comunitat en general i els proveïdors dels diferents serveis necessaris tenen sovint diferents finalitats i preocupacions: (Getz, 2008), i a mesura que creix la magnitud i complexitat de l'esdeveniment aquest llistat d'actors i requeriments és més ampli.

L'equilibri de tants objectius diferents i la coordinació i gestió efectiva dels diferents agents són la clau de l'èxit d'un esdeveniment. Aquest procés generarà canvis en la manera com aquests agents de la comunitat o externs a la mateixa es relacionen. Per poder entendre com es produeix aquest fenomen cal primerament estudiar quins actors són rellevants en l'organització d'un esdeveniment.

Els agents o stakeholders d'un esdeveniment esportiu

Es tracta d'individus o grups implicats en les diferents fases de l'esdeveniment, des del disseny, a la candidatura, la producció i el resultat (Getz, 2005). La gestió, cooperació i col·laboració dels agents d'un esdeveniment està rebent un interès creixent (Getz, 2008), sobretot perquè és un element clau per garantir l'èxit (Parent & Séguin, 2007). Per l'estudi que ens ocupa és un element clau determinar els agents dels esdeveniments esportius a nivell local i regional.

A la literatura existent hi ha diferents propostes de classificació d'aquests agents (Spiropoulos, Gargalianos, & Sotiriadou, 2006). Des del punt de vista del gestor, segons les funcions que s'exerceixen en un esdeveniment, és a dir, els organitzadors, patrocinadors, proveïdors, reguladors, etc. (Allen, 2008); des de la perspectiva social segons si pertanyen al sector públic, privat o associatiu (Shone & Parry, 2001); finalment es poden ordenar des del punt de vista dels rols adoptats en relació a l'organització, els organitzadors, coproductors, facilitadors, aliats i col·laboradors, reguladors, proveïdors i seus, audiència i els afectats (Getz, Andersson, & Larson, 2007).

Barrejant les diferents visions, a la Taula 7, es poden entendre les relacions entre les funcions que es desenvolupen en un esdeveniment esportiu a nivell local (L) / supralocal (SL) i els agents implicats des de diferents àmbits. Això ens permet identificar i relacionar aquests agents en un esquema molt més detallat del que trobem a la literatura existent.

Taula 7 - Agents implicats en l'organització dels esdeveniments esportius a nivell esportiu i local segons les seves funcions

Funcions	Públic	Privat	Associatiu	Comunitat
Organització i execució	Regidoria esports (L)	Empreses organitzadores (L i / o SL)	- Club esportiu (L) - Federació Esportiva (SL).	
Coproductors	- Regidoria de turisme (L) - Altres serveis municipals (L)	Empreses organitzadores (L i/o SL) i altres empreses (L i/o SL)	- Clubs esportius locals (L). - Associacions varies (L).	Treballadors (L i/o SL)
Facilitadors	- Regidoria de turisme com a patrocinador (L). - Institucions regionals o estatals de turisme o d'esport (SL)	Patrocinadors (L i/o SL)		Voluntaris – comunitat (L)
Aliats i col·laboradors		Mitjans de comunicació (L i/o SL)	Associacions locals (comerç, altres) (L)	
Reguladors	- Regidories de seguretat (L), esports (L) i medi ambient (L). - Institucions públiques reguladores (SL)			
Proveïdors i seus	Regidoria d'esports (L) i de turisme (L)	Proveïdors (L i/o SL)	Clubs locals (L)	Comunitat (L)
Audiència i impactats		Negocis (L i/o SL)	Associacions ambientals (L i/o SL)	Participants i espectadors (L i/o SL)

Font: Elaboració pròpia a partir de (Allen, 2008); (Shone & Parry, 2001); (Getz, 2007)

La relació entre els actors

L'existència de molts actors implicats a l'esdeveniment amb diferents objectius i a vegades amb conflictes d'interessos (Preuss & Solberg, 2006; Weed & Bull, 2009) pot generar una pèrdua de coordinació i d'efectivitat en la consecució dels objectius fixats (Brown *et al.*, 2004). És per aquesta raó que sovint els organitzadors decideixen crear una sola organització comissionada amb els recursos públics apropiats (Bonham & Mak, 1996), per coordinar les institucions, empreses i entitats i per assistir a l'equip organitzador (Emery, 2002). La creació d'aquest tipus d'organisme pot facilitar el desenvolupament de cooperació i creació de noves relacions entre subjectes que, normalment, no tindrien cap tipus de lligam entre ells. Tot i això, molt sovint aquest no és el cas, i la coordinació dels actors implicats es fa per mitjà de processos informals i de xarxes com a resultat de relacions personals (Allen, James, & Gamlen, 2007).

Un cop les xarxes s'han establert, poden servir per una gran varietat de propòsits, com facilitar el compartir informació i coneixement, augmentar l'accés a oportunitats de patrocini i desenvolupar relacions (tant internes com externes al món dels esdeveniments esportiu) per assistir a desenvolupar mercats turístics (Allen, 2008).

Alguns exemples d'iniciatives que es van crear per fomentar la generació de relacions són les següents:

Auckland va crear un organisme encarregat de rebre i valorar totes les idees que es poguessin generar en aquest àmbit, coordinar el calendari dels esdeveniments, transport públic, patrocini, canalització d'aspectes burocràtics, millorar en formació i eficiència, etc. Aquesta política es va materialitzar per maximitzar els beneficis econòmics d'allotjar l'esdeveniment de vela *America's Cup* el 2000, integrant els components i agents de la indústria marina en un MAREX (*Maringe Export Group*), situant la seva indústria marina en el centre d'un ampli ventall de desenvolupaments (Allen, 2008).

Durant els Campionats del Món de Rugby de Gales el 1999, tot buscant optimitzar a curt i llarg termini els beneficis de l'esdeveniment, es va generar una aproximació estratègica i relacional que va conduir a crear comitès organitzatius (Webb, 2005).

A Catalunya, un exemple d'aquesta política de creació d'organismes que coordinin entitats relacionades amb el turisme esportiu són les Destinacions Turístiques Esportives que introdueixen la figura de la "Comissió Gestora" amb la participació de tot tipus d'agents relacionats amb el turisme esportiu i del "Coordinador Executiu" encarregat de diverses tasques per optimitzar el benefici turístic de l'esport (tant esdeveniments com entrenament).

L'estudi de les relacions entre els agents d'un esdeveniment esportiu

En un estadi entre l'aproximació econòmica i social dels esdeveniments, les teories que estudien les xarxes i els agents són útils per explicar com són les relacions en aquestes xarxes a l'inici, durant l'operació i l'evolució dels esdeveniments (Getz, 2007). Algunes teories es centren en els atributs dels agents locals i externs que influeixen en l'organització de l'esdeveniment (Friedman & Mason, 2005; Getz *et al.* 2007; Parent & Séguin, 2007; Reid & Arcodia, 2002). Altres estan més interessades en els conflictes, interessos, processos de control o de poder (Girginov & Sandanski, 2004; Larson, 2009; Spiropoulos *et al.*, 2006; Stokes, 2008).

És interessant per la nostra recerca com alguns autors investiguen els resultats dels esdeveniments en forma de relacions. Així, expliquen que des del moment en què es creen o enforteixen relacions recíproques s'ha creat un capital social de la mateixa manera en què podem parlar que s'ha creat un capital físic quan un esdeveniment provoca la construcció de nova infraestructura esportiva, o parlem de capital humà quan ens referim a aquella experiència, coneixement i competències adquirides pels individuals a partir de la seva implicació en un esdeveniment esportiu (Moscardo, 2008). De totes maneres, com que les relacions són un concepte molt menys tangible, no han atret la mateixa atenció acadèmica. La majoria d'estudis estan enfocats en com aquestes relacions que es formen generen possibilitats mercantils (Chalip, 2004; O'Brien & Gardiner, 2006), desenvolupament regional (Jones, 2005),

xarxes comunitàries (Misener & Mason, 2006), fomenten *liminalitat* i la creació de *communitas* (Chalip, 2006) o les seves conseqüències socials (Reid, 2008).

Taula 8 - Recull estudis de stakeholders i networks relacionats amb esdeveniments

Autor	Obra	Tema	Teoria usada	Cas estudiat	Agent o xarxa	Gestió o impacte esdeveniment	Comentaris
Reid	(Reid & Arcodia, 2002)	Introducció de la <i>Stakeholder Theory</i> en gestió esdeveniments	<i>Stakeholder Theory</i>	Cap	Agents	Gestió	
Friedman & Mason	(Friedman & Mason, 2005)	Atributs dels agents a l'hora de construir un estadi olímpic	<i>Stakeholder management</i>	<i>Nashville's Coliseum</i>	Agents	Gestió	No és un esdeveniment sinó un equipament
Larson	(Larson, 2002)	Interessos, conflictes i poder en la gestió d'un festival	<i>Relationship marketing</i>	<i>Storsjöyran</i> festival a Suècia	Xarxa	Gestió	No és esportiu
Spirpoulos	(Spiropoulos et al., 2006)	Diferenciar agents segons funcionalitat i origen ètnic i com es gestiona	<i>Stakeholder management</i>	<i>20th Greek Festival of Sydney</i>	Agents	Gestió	
Stokes	(Stokes, 2006)	Relacions establertes en la gestió estratègica d'esdeveniments de DMO's	<i>Social Network Analysis</i>	6 destins australians	Xarxa	Gestió	
Gratton & Preuss	(Gratton & Preuss, 2008)	Llegat dels Jocs Olímpics	Cap específica	<i>Commonwealth Games</i> Manchester 2002		Impacte	
Chalip 2004	(Chalip &	Creació de possibilitats	Leverage	Cap	Xarxa	Impacte	-

	McGuirty, 2004)	comercials a partir de contactes entre empreses visitants (espònsors, etc.) i comunitat				<i>leverage</i>	
Chalip 2006	(L. Chalip, 2006)	Creació de sentit de comunitat	<i>Leverage</i> Liminalitat	Cap	Xarxa	Impacte – <i>leverage</i>	
Jones	(Jones, 2005)	Impacte dels esdeveniments en desenvolupament regional	<i>New Regionalism</i> de Lovering.	Copa del Món de Rugby 1999 celebrada a Cardiff i Ralli de Gran Bretanya 2001 a Gales	Xarxa	Impacte	
Misener & Mason	(Misener & Mason, 2006)	Com esdeveniments enforteixen comunitats	Capital social	Cap	Xarxa	Impacte	
O'Brien	(O'Brien & Gardiner, 2006)	Xarxes que es generen en entrenaments pre competitiu	<i>Leverage</i>	Festival Surf regional (Noosa Surf Festival)		Impacte	
Moscardo	(Moscardo, 2008)	Implicació de la comunitat per generar llegat positiu	Capital Social	36 casos variats de tot el món (17% esportius)	Xarxa	Impacte	

Girginov	(Girginov & Sandanski, 2004)	Xarxes que es generen en la gestió del patrocini i formació de valor	<i>Policy networks</i>	Sofia <i>Aerobics Grand Prix</i> 2001	xarxa	Gestió	
Erickson i Kushner	(Erickson & Kushner, 1999)	Aplicació de la teoria network a esdeveniment esportiu	<i>Network and organisational theory</i>	Curses automobilístiques Pennsylvania <i>International Raceway</i> i Nazareth, <i>Watkins Glen International</i>	Agents i xarxa	Gestió	

Rellevant pels nostres objectius de recerca és la investigació feta per Misener i Mason (2006) sobre la importància dels esdeveniments esportius en la construcció del capital social i en les xarxes socials de les ciutats que els acollien. En altres paraules, com el constructe del capital social podia ser utilitzat per entendre els efectes que els esdeveniments esportius tenen en el desenvolupament comunitari i en les xarxes relacionals, basant-se en la premisa que comunitats fortes i sanes són essencials per a la productivitat.

1.3.- XARXES RELACIONALS

En el primer capítol del marc teòric ens hem introduït en l'esport, el turisme i el turisme i esport; els seus actors i els vincles que els uneixen. D'altra banda, hem senyalat la importància que tenen les xarxes en projectes de desenvolupament territorial. En el segon capítol hem vist com la generació de relacions entre els diferents actors implicats en l'organització poden ser una repercussió interessant dels esdeveniments esportius.

Actors, vincles, xarxes. És el moment d'estudiar més profundament l'àmbit de les xarxes relacionals o socials i esbrinar com s'enforteixen les xarxes i quins són els beneficis d'aquesta evolució.

La teoria de les xarxes relacionals

La teoria de les xarxes es centra en el món complex de les relacions entre persones, grups i comunitats.

Una xarxa social o relacional és una estructura feta de nodes (normalment individus o organitzacions) que estan connectats per un o més tipus de vincle. Les propietats d'aquestes xarxes estudiades pels investigadors tenen a veure amb l'estructura d'aquestes relacions (Scott, Baggio, & Cooper, 2008a). Un primer estudi al 1969 classifica segons si les definicions prenen la vessant matemàtica (*un conjunt finit de punts units, o parcialment units, per un conjunt de línies anomenades arcs*), o sociològica (*un tipus específic de relació (vincles) unint un conjunt definit de persones, objectes o esdeveniments*) (Scott et al., 2008a: 2). Laumann, Galaskiewicz i Marsden (1983) ho resumeixen establint que una xarxa relacional és un conjunt de nodes vinculats a través d'una relació social de tipus específic.

Altres definicions que han anat sorgint no han variat molt, tan sols s'han distingit per:

- a) L'èmfasi posat en els aspectes rellevants per cada camp d'estudi. Així, Dredge les explica com l'existència d'un treball en equip o col·laboratiu per part dels

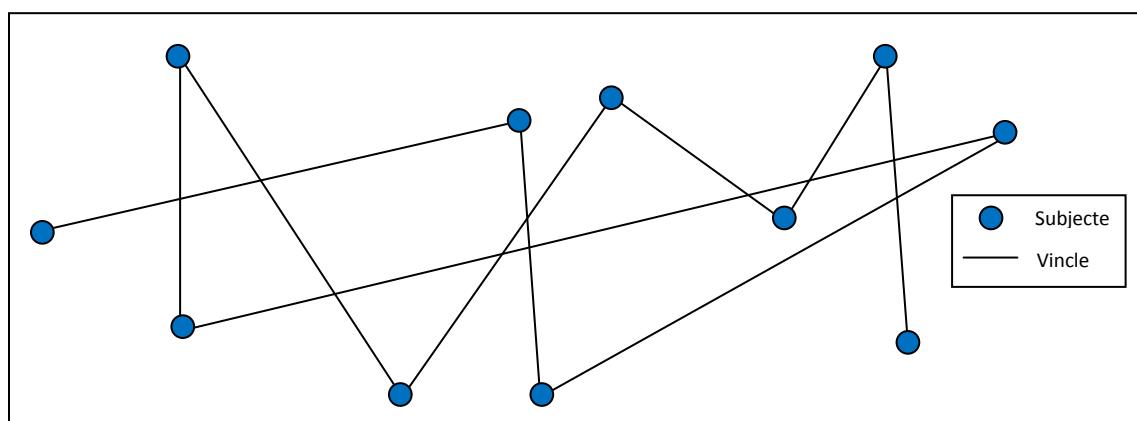
diversos actors que formen part de la xarxa social (Dianne, 2006), i Sorensen ho resumeix en el conjunt de relacions empresarials conscients i acceptades, ja siguin formals o informals, de transmissió de recursos, materials o immaterials, en l'àmbit de l'empresa (2004).

- b) Els tipus de nodes i de vincles estudiat. Knoke i Kuklinski (1986) es centren en estudiar un tipus de relació especial que lliga un conjunt *de* persones, objectes o esdeveniments, i Dredge, de nou, en "*grups de relacions socials formals i informals que dóna forma a les accions col·laboratives entre el govern, la indústria i la societat civil*" (Dredge, 2006: 269).

El fet que s'analitzin les xarxes relacionals o socials en diferents camps d'estudi ha posat en evidència que aquestes es puguin identificar en molts àmbits diferents, des de l'organització d'empreses, les relacions entre grups, les famílies o el govern d'un territori. En tots aquests àmbits, les xarxes juguen un paper rellevant en com es solucionen els problemes, com es transmet la informació, com s'organitzen els col·lectius o l'eficiència de les seves accions. Tradicionalment xarxes socials feien referència a les xarxes relacionals en l'àmbit social, és a dir a les ciències socials, mentre que el concepte xarxes relacionals s'utilitzava més en enginyeria, informàtica, etc. Com que últimament les xarxes socials tecnològiques del tipus *facebook* o *twitter* s'hagin apoderat del terme xarxes socials, i per evitar confusió, utilitzarem també el terme xarxes relacionals indistintament.

Les xarxes porten implícites subjectes, vincles i la xarxa corresponent com es mostra a la Figura 9.

Figura 9 - Els diferents elements d'una xarxa



Els subjectes

Les xarxes estan formades per un grup d'actors que poden ser persones, subgrups o organitzacions. Aquests actors s'analitzen com a interdependents més que com a unitats independents i autònomes (Wasserman & Galaskiewicz, 1994).

Podem trobar un gran nombre de possibles subjectes d'una xarxa social: Individus, objectes, empreses, governs, sectors econòmics, comunitats, i altres.

Per poder definir millor els actors de les xarxes, sovint es tenen en compte els seus atributs, per exemple, la localització geogràfica, els beneficis o el tipus de negoci (en el cas de les empreses), la població, la densitat o el nombre d'equipaments (en el cas de les ciutats), etc.

Els vincles

El segon aspecte a analitzar de les xarxes són els vincles (*ties* o *links* en anglès) entre els subjectes. Els vincles relacionals entre diferents actors són canals "*per transferir recursos (siguin materials, com el diner, o immaterials com la informació, el suport polític, l'amistat o el respecte*" (Wasserman & Galaskiewicz, 1994: xiii). Fem referència doncs a interaccions de tipus personal (amistat, respecte, domini), transaccions econòmiques, coneixement i informació, contactes i relacions, entre d'altres.

Tal com passava amb els actors d'una xarxa, hi ha múltiples classificacions dels vincles, sigui pel tipus concret d'interacció que s'estableix o per les característiques d'aquesta. Així, seguint un recull realitzat per Julie M. Hite (2003) sobre la literatura existent en temes d'empresa trobem:

- Confiança
- Col·laboració
- Transacció econòmica
- Expectació
- Solidaritat

- Transferència d'informació
- Difusió d'informació
- Resolució de problemes
- Facilitació de recursos
- Connectivitat amb altres actors

A partir de la mateixa autora, les característiques que definirien les relacions serien:

- Freqüents
- Aprofitades (comportament oportunista)
- Flexibles
- Influïdes per la història
- Equilibrades (entre donar i rebre)
- Recíproques
- Complementàries
- Adaptades a l'altre subjecte
- Segons la implicació
- Segons la durada

Enfocaments en l'estudi de les relacions. Granovetter i Hite

En l'estudi de les relacions entre subjectes podem diferenciar dues aproximacions complementàries.

- La classificació de tipus de vincles de Granovetter (1973) basada en la transmissió d'informació en les xarxes socials que posa els mitjans per entendre la innovació de les xarxes.
- El model multidimensional de Hite (2003) sobre la composició d'aquests vincles que crea un marc per estudiar la cohesió i eficiència de les mateixes.

Granovetter (1973, 1985)

La primera aproximació es centra en la hiper-connectivitat i avalua innovació i creativitat en les xarxes socials en la base de les relacions internes i externes que tenen

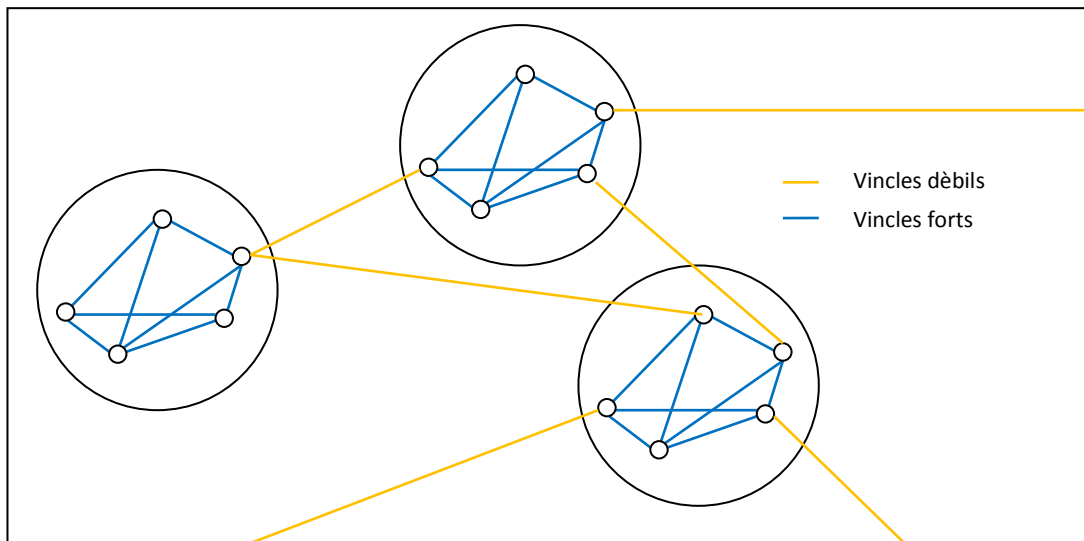
els actors amb altres nodes o xarxes. Per aquest camp d'estudi la classificació dels vincles feta per Granovetter (1973, 1985) és molt pertinent.

Granovetter va identificar dos tipus de relacions en una xarxa: "vincles forts" que un actor té amb altres actors del mateix grup, i "vincles dèbils" que un actor té amb actors d'un grup extern.

Els vincles forts estan formats en el sí de clústers de gent amb relacions que es repeteixen, congruents, en les quals tothom sap el que l'altre sap, per la qual cosa són vincles a llarg termini, de confiança i col·laboració amb la garantia de certesa i seguretat que això pressuposa.

Els vincles dèbils són aquells que es tenen amb els actors que estan desconnectats del grup social fort. En el seu estudi sobre la possibilitat dels aturats per trobar feina, Granovetter va trobar que els vincles dèbils són necessaris per tal de guanyar noves idees i oportunitats, per escapar de l'ambient invariable i proveir contactes amb actors de clústers distants. Va ser en aquell moment que Granovetter va introduir el seu conegut argument de "La força dels lligams dèbils" (*The Strength of Weak Ties*). Els vincles forts tendeixen a conèixer i a interactuar entre ells en forces situacions i per tant hi ha una tendència a posseir tots ells la mateixa informació en oportunitats de feina. La informació que arribés a un d'ells era molt probable que arribés als altres i era per tant informació que ja no servia. És a través dels lligams dèbils de contactes menys freqüents i amb gent amb diferents situacions de feina que es pot arribar a informació nova i diferent. A nivell competitiu, aquest lligam és crític per generar activitat emprenedora, perquè aporta nova informació a la xarxa a través de fonts externs no connectades.

Figura 10 - Vincles forts i vincles dèbils



Considerant la importància dels vincles dèbils probablement és més clar i adequat anomenar-los *externs*, i per la mateixa raó, anomenar *interns* als vincles forts.

Aquesta teoria de Granovetter comparteix fonaments teòrics amb, entre d'altres, dues teories.

- D'una banda la del capital social que identifica els vincles externs al capital social diferenciador (Burt, 1992) i els vincles forts o interns al capital social integrador (Coleman, 1988).
- D'altra part, té paral·lelismes amb la teoria dels Sistemes Locals Territorials explicada en la primera part del marc teòric (vincles dèbils o externs = lligams verticals i vincles forts o interns = lligams horitzontals (Dematteis & Governa, 2003).

La teoria de Granovetter permet fer algunes consideracions posteriors d'interès per la nostra recerca:

- Una bona combinació de relacions internes i externes ofereixen a la xarxa un avantatge competitiu ja que aquesta és capaç d'accedir a nova informació i després assimilar-la i integrar-la en l'estructura de la xarxa consolidada (Pavlovich, 2003: 205).

- Xarxes petites i denses amb molts lligams redundants poden ser menys útils als seus membres que xarxes amb moltes connexions externes que els permetin introduir noves idees i oportunitats als seus membres. És més interessant per a l'èxit individual tenir connexions amb una gran varietat de xarxes que moltes connexions en un únic grup.
- De la mateixa manera que els lligams externs permeten importar coneixement d'altres xarxes, també poden servir per exportar creació de coneixement des de la xarxa local.

Hite

La segona aproximació fa atenció especial a l'estructura de les xarxes i es basa en l'estudi de relacions de negocis feta per Hite (2003), en que introdueix una taxonomia multidimensional dels vincles considerant diferents atributs de les relacions: A qualsevol relació, s'hi poden identificar tres components potencials: contingut personal, social i econòmic. Es poden presentar individualment, en parelles o tots tres junts.

La primera dimensió (o categoria unidimensional) diferencia els tres components:

- Relacions personals: estan basades en vincles de socialització, d'afecte i de coneixement personal i es sustenten en la confiança personal. Són comunes en l'àmbit de grups, comunitats, famílies, etc. En un entorn de negoci (privat, públic o mixt) aquestes relacions difícilment es troben soles, si més no a llarg termini. Si els subjectes no demostren un nivell d'aptitud apropiat pel negoci corresponent, les relacions personals per si soles perden lògica d'existir i només poden comportar pèrdua de rendiment. Aquest component de la relació social ve definit per tres atributs:
 - “Conèixer bé” (és a dir, el coneixement de com actua l'altra persona).
 - Estima (fins a quin punt els sentiments i les emocions van més enllà d'una simple relació formal).

- Sociabilitat (és a dir, la relació amb una esfera més ampla que l'individu: família, amics, etc.).
- Relacions econòmiques: La confiança en què l'aptitud de l'altre genera valor afegit al negoci dóna estabilitat a la relació (per això, Hite les anomena "Relacions de Competència"). Es basen en els atributs de:
 - Esforç (quantitat d'energia que m'exigeix la relació) que es mesura a través de la capacitat de respondre i de resoldre problemes, de treballar per l'altre i l'amabilitat.
 - Facilitat (seria com el lubricant per a la interacció) que necessita de proximitat, congruència d'objectius, comoditat, qualitat de la comunicació i compatibilitat tecnològica.
 - Qualitat (comparada amb altres relacions que les persones poden tenir). Es valorarà quan la relació estigui basada en: el coneixement de les necessitats del negoci; la comprensió entre actors; l'individu sigui una entitat coneguda; treballar bé junts; la satisfacció; la lleialtat a la interacció; l'anticipació a possibles futures interaccions i la sinergia.
 - Extensió, que dependrà de la freqüència, la quantitat d'intercanvis, la intensitat, la interdependència recíproca, la duració i la multiplicitat.

Tampoc és molt normal trobar aquestes relacions independent de les altres, ja que sense la confiança personal de la primera, o la confiança social de la propera, basar-se en la bona voluntat es demostra que no és suficient .

- Relacions de capital social (o mediades): Es basen en la recomanació d'un tercer actor. De fet, Hite les anomena buides (*hollow*) (2003: 35) perquè, com que no hi ha una relació personal i només existeixen amb les perspectives d'aportar beneficis personals o de generar valor al negoci, estan buides de contingut. Tot i això, poden ser llaços estrets ja que els subjectes potser les volen mantenir per no perdre el capital social. El repte doncs d'aquests lligams és que poden trencar-se si les expectatives no es compleixen però que tenen potencialitat per evolucionar. Estan basades en quatre atributs:

- Obligació (seria el grau d'endeutament social) basada en els favors que s'han fet o contret, les expectatives i les normes.
- Accessibilitat als recursos (possibilitat d'obtenir recursos d'altres).
- Intermediació (capacitat de generar relacions amb una tercera persona).
- Arrelament estructural (fortalesa de les relacions que permet anar en altres cercles).

La segona dimensió presenta els lligams que es construeixen a partir de la combinació de dos d'aquests components, per això l'anomenem bidimensional. Així:

La integració del component econòmic i personal és el què Hite anomena els "*lligams aïllats*" (Hite, 2003: 36), que es caracteritzen per alts nivells de lleialtat tant vers a l'altre actor com a la relació. El seu nom li ve donat perquè en aquestes relacions no estan ben connectades entre si les dues xarxes egocèntriques.

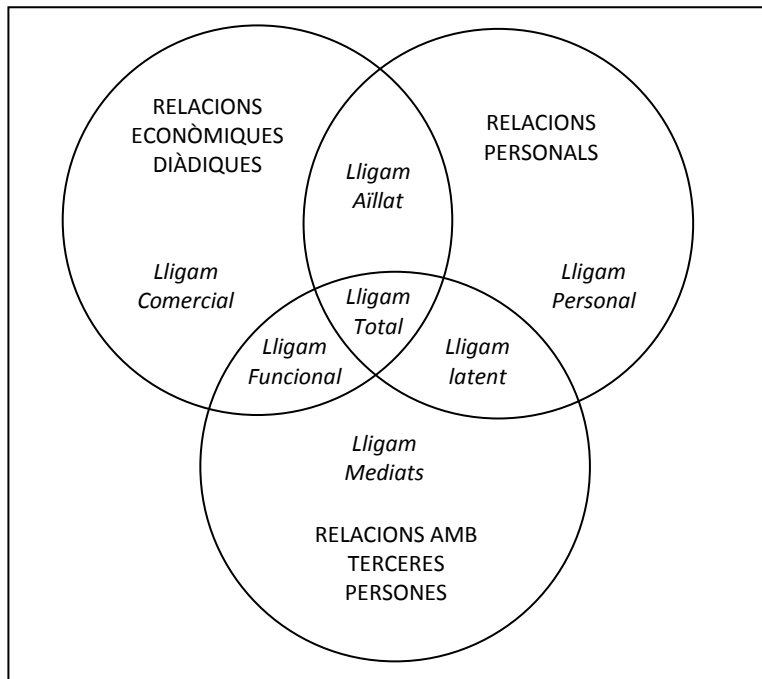
El component econòmic i social formen els "*vincles funcionals*". Aquestes, tot i que no es basen en un alt grau de relació personal, funcionen molt bé com una relació de negocis perquè la relació social s'ha integrat amb la història de la interacció econòmica i les accions de l'empresa. Són les que més ens interessaran a la nostra recerca, juntament amb les completes.

La darrera combinació, entre els components social i personal, s'anomenen "*vincles latents*" que tant podien haver estat lligams econòmics en el passat com trobar-se a l'expectativa de futures accions de col·laboració econòmica.

La tercera dimensió és la completa, la que presenta relacions amb tots tres components. Aquests llaços demostren clares qualitats de relació personal, interacció econòmica i component social. El lligam plenament integrat probablement representa la perspectiva estereotipada de la relació forta.

Hite presenta les tres dimensions en la següent Figura 11:

Figura 11 - Tipus de relacions segons les seves dimensions



Font: Hite (2003)

La teoria de Hite ens permet tenir una idea més completa de la cohesió d'una xarxa. Al concepte clàssic de cohesió entesa com el nombre de lligams entre els diferents agents i que es mesura a través de la densitat (Scott, 2000), hi afegim ara la qualitat d'aquestes relacions amb l'estudi dels components dels lligams. Per una part tindrem la cohesió derivada del nombre de vincles dels agents de la xarxa i per l'altra, la cohesió generada pel nombre de components de cada un dels vincles. D'aquest segon en podríem dir fins i tot la fortalesa del vincle, amb el ben entès que caldria explicitar que no parlem dels conceptes "fort"–"dèbil" de la teoria de Granovetter descrita anteriorment. D'alguna manera estem parlant de la mesura de la connectivitat interna derivada del nombre de vincles i la fortalesa dels mateixos. En el transcurs d'aquest treball es matisarà si parlem de densitat o de fortalesa dels vincles i, quan ens referim a tots dos, es parlarà, genèricament, de cohesió de la xarxa.

Amb les teories de Granovetter i de Hite, que ens permeten mesurar la connectivitat externa i la cohesió d'una xarxa, respectivament, disposem d'un marc complet per avaluar l'efectivitat d'una xarxa, perquè són dos paràmetres crucials per generar

avantatge competitiu (Scott et al., 2008a), produir experiències turístiques integrades (Scott et al., 2008b) i impulsar la innovació (da Fontoura Costa & Baggio, 2009).

La capacitat d'innovació ve influïda de diferents maneres pels actors, les relacions i l'estructura d'una xarxa. Algunes d'aquestes causes tenen un consens generalitzat entre els autors acadèmics, mentre que d'altres encara presenten punts de vista oposats (Nooteboom & Stam, 2008). Si seguíssim la teoria d'Uzzi (1997), provant la fortalesa de les relacions ja no caldria cap altre variable per mostrar que la xarxa ha millorat la seva capacitat d'innovació, ja que proposa que els lligams més forts faciliten el desenvolupament de confiança i l'intercanvi d'informació. Hi ha, però, teories que presenten precisament el contrari. Així, el mateix Granovetter (1973) o un dels seus deixebles, Burt (1992) exposen que el fet de que una relació sigui més forta provoca unes relacions redundants, rutinàries, costoses de mantenir i amb el mateix nivell de coneixement. En aquesta tesi considerarem que la capacitat d'innovació està determinada per dues dimensions:

- La connectivitat externa, que determina la capacitat d'absorció o capacitat d'innovació potencial.
- La connectivitat interna mesurada per la cohesió de la xarxa, que determina la capacitat d'absorció o capacitat d'innovació real (un augment de densitat mostra un increment de la capacitat d'absorció real, és a dir, la capacitat de crear nous conceptes a partir de la varietat existent i la capacitat d'explotar-los en el mercat. Això es produeix com a conseqüència de la confiança i valors i normes comunes que genera una elevada cohesió (Nooteboom & Stam, 2008).

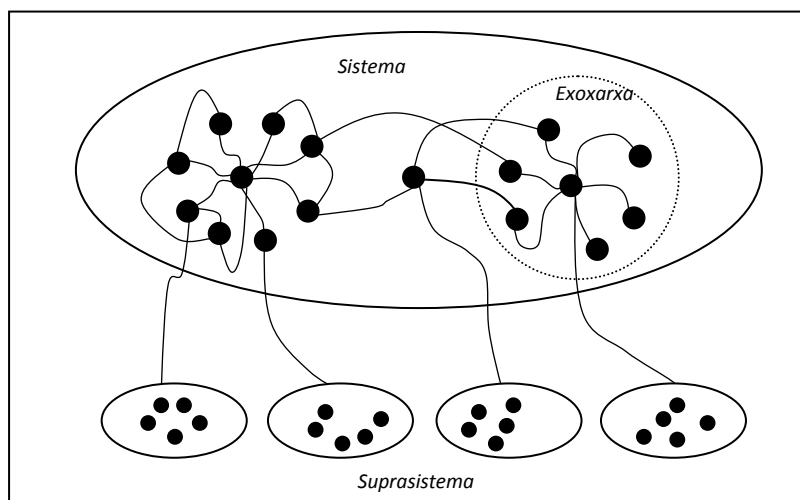
Xarxes

La classificació de les xarxes no és tasca fàcil i pot dependre del tipus de subjectes que hi interactuïn, dels vincles que s'hi realitzin (xarxes d'intercanvi, de comunicació o socials), de la complexitat de les relacions o del detall de l'estudi.

Una classificació prou clara és la de Guia (Guia, 2000) que mostra tres tipus de xarxes diferents:

- Xarxes egocèntriques: són aquelles on s'estudien les relacions d'un subjecte principal sense anar més lluny d'aquest primer cercle. És doncs un àmbit d'estudi típic de l'antropologia.
- Xarxes sistèmiques: a més a més de l'actor principal i les seves relacions amb altres nodes, s'explora la relació entre aquests darrers. Per tant, en aquest cas, també ens interessem per la posició dels actors i l'estructura dels vincles (veure més endavant *centralitat, densitat, etc.*).
- Xarxes suprasistèmiques: l'àrea d'estudi en aquest cas s'amplia a altres xarxes que tenen relació, a través d'un o més actors, amb una xarxa sistèmica.

Figura 12 - Nivells d'anàlisi de les xarxes



Font: Elaboració pròpia

Fent memòria del model dels Sistemes Locals Territorials (SLoT) explicat al tercer capítol, l'estudi de les xarxes locals entraria en l'àmbit de les xarxes sistèmiques, i en el de les suprasistèmiques, el de les xarxes supralocals.

Les formulacions teòriques que s'han generat a partir de la representació de dades relacionals són bàsicament l'estructura general de la xarxa (densitat) i la posició dels nodes en la xarxa (centralitat). Aquests conceptes es tractaran a l'apartat de metodologia.

Evolució i consolidació de les xarxes

Bàsic per la nostra recerca que explora l'evolució de les xarxes relacionals entre actors implicats en un esdeveniments esportiu en les progressives edicions és entendre el dinamisme de les xarxes.

Com a col·lecció de relacions, les xarxes són fluïdes i canvien amb el temps generant tot de modificacions en la resta de les relacions quan s'adapten al canvi. Hite (2003) destaca com els vincles evolucionen al llarg del temps, passant per les diferents dimensions, de la unidimensional fins a la total o a l'inversa, mentre que implícit en el treball de Granovetter i els seus deixebles hi ha la necessitat de temps per tal de que les relacions es desenvolupin i madurin (Jones, 2005).

Per a les relacions externes, en aquest context, en què els vincles entre actors són dinàmics i tenen un caràcter estratègic, Watkins i Bell (2002) estableixen l'existència de tres tipus de relacions: (a) competència, (b) cooperació i (c) col·laboració. L'evolució entre una fase i l'altra depèn, d'una banda, del grau de confiança i compromís amb els altres actors de la xarxa i, de l'altra, del fet de coincidir en els objectius a assolir. Evolucionar en complexitat genera que les decisions es prenguin amb una visió a llarg termini, més conjuntament i que el benefici es comparteixi entre més actors de la xarxa:

Taula 9 – Característiques dels diferents tipus de relació segons Watkins i Bell

	Competència	Cooperació	Col·laboració
Temporalitat	Immediata	Curt – mig	Llarg termini
Confiança	Mínima – desconfiança	Baixa – mitjana	Alta
Compromís	Cap	Generalment baix	Mig – alt
Objectius	Curt termini i fàcilment mesurable	Mig termini, per estimular el negoci, difícilment mesurable	Llarg termini, per assegurar oportunitats de negoci, difícilment mesurable
Presa de decisions	Individual	Per convenciment	Per consens

Font: elaboració propia a partir de Watkins i Bell (2002)

Tanmateix, aquesta evolució també es pot convertir en regressió si, per la raó que sigui, es trenca la confiança, el compromís o el consens en la presa de decisions.

Possible evolució de la xarxa a partir d'un esdeveniment

En el cas que ens ocupa, una xarxa pot veure's afectada en diferents graus un cop realitzat un esdeveniment:

a) Pot no passar res.

A nivell local o intern la connectivitat es pot veure afectada:

b) Pot augmentar la fortalesa dels vincles o cohesió relacional en augmentar el nombre de components de cada vincle (Hite, 2003).

c) Pot augmentar la densitat o connectivitat interna en augmentar el nombre de vincles entre els agents locals.

A nivell supra local o extern la connectivitat es pot veure afectada:

d) Pot augmentar la cohesió dels lligams externs en evolucionar el tipus de relació de competència a cooperació i a col·laboració (Watkins i Bell, 2002).

e) Pot augmentar la connectivitat externa en augmentar el nombre de vincles entre els agents locals i externs.

Tenint en compte aquestes possibles línies d'evolució, en el cas que augmenti la connectivitat interna o cohesió de la xarxa, s'associa a una millora de la capacitat d'absorció real i en cas que augmenti la connectivitat externa o capacitat d'innovació s'entén que ha augmentat la capacitat d'absorció potencial (Cohen & Levinthal, 1990; Guia, 2000; Zahra & George, 2002).

Quan les dues es combinen, tenim una millora de la capacitat d'innovació de la xarxa.

Beneficis de les xarxes

Els beneficis de generar més cohesió i innovació en xarxes socials es poden materialitzar directament en els actors (capital social) o en les xarxes-organitzacions (en el cas que ens ocupa, comitès organitzadors d'esdeveniments formalitzats o no).

Afectació en el capital social

El capital social és un tipus multidimensional de capital, lligat a algun aspecte de l'estructura social i de les connexions interpersonals (Coleman, 1988). El volum de capital social que té un agent determinat depèn de la mida de la xarxa que ell pot mobilitzar i en el volum de capital (econòmic, cultural o simbòlic) que posseeixen cada un d'aquells als quals està connectat (Bourdieu, 1986).

Així, mentre que la teoria del capital humà indica que els més capaços com a individus són els que reben majors beneficis, la teoria del capital social diu que són aquells que estan millor connectats els que els rebran (Burt, 1992). Un augment de capital social genera avantatges per la millora qualitativa de la seva xarxa de contactes i dels recursos accessibles a través d'aquesta xarxa (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

Afectació en les organitzacions (xarxa implicada en l'esdeveniment esportiu)

Rendiment empresarial. Avantatge competitiu

En el moment en què la perspectiva "relacional" s'ha legitimitat com una de les estratègies empresarials, les relacions entre organitzacions, siguin les que siguin, es perceben com un component important d'avantatge competitiu (Pavlovich, 2003; Porter, 1998). Aquesta afirmació també es pot traslladar al món del turisme (Scott et al., 2008b), amb l'Organització Mundial del Turisme animant a crear vincles entre sector públic i privat, com a aspecte fonamental per la competitivitat de les organitzacions turístiques i la destinació en sí (OMT & COI, 2001).

Innovació

El capital relacional afectarà la capacitat d'innovació de l'organització en la mesura en què aportarà beneficis informatius i facilitarà la coordinació i reducció de costos en

l'exploració de nous coneixements (Prats, 2005). Una xarxa cohesionada i oberta a l'exterior genera innovació (da Fontoura Costa & Baggio, 2009) i posseeix un coneixement que pertany al grup com a col·lectiu interdependent. Això fa que la xarxa sigui més adaptada i flexible, el que li permet créixer i ser més efectiva (Pavlovich, 2003).

Desenvolupament territorial

Ja vam estudiar la importància de les xarxes en la teoria dels Sistemes Locals Territorials (Dematteis & Governa, 2005). En la mateixa direcció, la línia argumental de la teoria de capital social de Coleman és que xarxes de comunitats fortes i sanes són essencials per al creixement i la prosperitat.

Actualment, hi ha prou suport teòric i fins alguna evidència empírica que suggereix que el capital social està implicat causalment en majors nivells de creixement econòmic, baixos nivells de criminalitat, millor salut de la població i governs més eficients i menys corruptes. *Un capital social productiu genera comprensió, compassió, reciprocitat i un concepte inclusiu de comunitat* (Misener & Mason, 2006).

La importància fonamental d'aquesta teoria en quant als esdeveniments cal trobar-la en el sentit col·lectiu de responsabilitat generat per una gran part de la comunitat quan s'impliquen en la iniciativa.

Per estudiar aquests fenòmens, s'ha generat un camp d'estudi anomenat "Anàlisi de les xarxes socials", més conegut pel seu nom en anglès, *Social Network Analysis*.

L'anàlisi de xarxes socials

La característica més general de la investigació en ciències socials és que està arrelada en valors culturals i símbols, constituïda a través de sentits, motius, definicions i tipificacions. Això vol dir que la producció de coneixement en ciències socials implica un procés d'interrelació. Els principals tipus de dades són "atributs" i "relacions". Els atributs són les actituds, opinions i comportaments d'agents en tant en quant són propietats, qualitats o característiques que es refereixen a ells com a individuals. Les

dades relacionals, d'altra banda, són els contactes, lligams i connexions que relacionen un agent amb un altre i per tant no es poden reduir a les propietats dels agents per ells mateixos. Els mètodes apropiats per les dades relacionals són les de l'anàlisi de xarxes, on les relacions s'enfoquen com els vincles que uneixen agents. Scott (1991) explica molt gràficament quin tipus d'anàlisi cal emprendre segons el tipus de dades que es vulgui estudiar, tal i com es pot veure a la següent Figura 13.

Figura 13 - Aproximació analítica segons el tipus de dades

Tipus de recerca	Fonts	Tipus de dada	Tipus d'estudi
Recerca d'inspecció	Qüestionaris		Anàlisi de variables
	Entrevistes		
Recerca etnogràfica	Observacions		
Recerca documental	Textos	Relacional	Anàlisi de xarxes

Font: Scott (1991)

L'anàlisi de xarxes és un mètode de les ciències socials que permet investigar l'estructura de xarxa i permet visualitzar i mesurar les relacions entre diferents actors, això és, l'existència el context i el portafoli de relacions entre actors en un àmbit determinat. És un mètode per exposar les relacions subjacents entre diferents actors i per revelar aquells fenòmens que no es poden reduir a les propietats dels actors individuals o les corporacions (Steiner & Ploder, 2008). A diferència dels tradicionals estudis de ciències socials, que assumeixen que el que importa són els atributs de cada un dels actors, l'anàlisi de xarxes socials produeix una visió alternativa, on els atributs dels individus són menys importants que les seves relacions i els seus vincles amb altres actors dins de la xarxa. Aquest enfocament ha resultat ser útil per explicar molts fenòmens del món real, però deixa menys espai per a l'acció individual, la capacitat de les persones per influir en el seu èxit, ja que gran part es basa en l'estructura de la seva xarxa.

A nivell superior, a diferència dels anàlisis que assumeixen que la socialització es realitza a través de normes, que determinen el comportament, l'anàlisi de xarxes estudia en quina mesura l'estructura i composició de les relacions afecten a les

normes. L'estudi de les xarxes pressuposa que el comportament de les persones es veu profundament afectat pel patró de relacions que puguin (pro activament) desenvolupar (Scott et al., 2008a) i per això es centra en les relacions entre les entitats socials i les conseqüències d'aquestes relacions (Wasserman & Galaskiewicz, 1994) o en l'examen de la interacció dels individus en el sí de diferents tipus d'organitzacions. El concepte d'una xarxa i les tècniques d'anàlisi de xarxes proporcionen un mitjà per conceptualitzar, visualitzar, analitzar, simplificar i comunicar aquests complexos conjunts de relacions (Scott et al., 2008).

Història de la teoria de xarxes

Els precursors de l'estudi de les xarxes socials són dos sociòlegs: Ferdinand Tönnies (1855-1936), alemany, que va parlar dels grups socials diferenciant els lligams entre els de comunitat i els de negocis, i el francès Émile Durkheim (1858-1917) que explicà l'origen dels fenòmens socials en el moment en què la interacció dels individus genera una realitat que no es pot explicar per les característiques d'aquests subjectes.

A partir d'aquí el desenvolupament del concepte de network es divideix en dues grans escoles de pensament, una basada en les matemàtiques i l'altra en l'estudi de les ciències socials. En aquest segon grup, hi ha una unanimitat general en considerar Georg Simmel (1858-1918) com el pioner en l'estudi de l'estructura social i per tant un precursor de l'estudi de les xarxes socials en destacar el rol que juga la posició dels actors en les anomenades xarxes d'afiliació (Scott, 2000).

Posteriorment apareixen diverses línies d'estudi. Als anys 30 es divideixen entre el nucli d'investigació a Harvard, que va explorar patrons de relacions interpersonals, en la de Jacob L. Moreno (1889-1974), que va desenvolupar l'ús dels sociogrames per identificar l'estructura de relacions al voltant d'una persona o un grup i com aquesta configuració afectava creences i comportaments, i la que estudiava l'estructura social de civilitzacions primitives per part de Radcliffe-Brown (1881-1955). Aquesta última àrea de recerca va ser aprofundida a partir de mitjans de segle per la *Manchester School of Anthropology* que va endinsar-se més profundament en aspectes d'interacció

social mentre, contemporàniament, S. F. Nadel (1903–1956) escrivia “*The Theory of Social Structure*” (Nadel, 1957).

Als anys 60 va ser especialment activa la Universitat de Harvard que va unir les diferents investigacions de les dues dècades posteriors per forjar l’anàlisi contemporani de les xarxes socials (Scott, 2000), però també cal destacar la Universitat de Califòrnia Irvine, la de Chicago, la de Michigan i finalment, la Universitat de Toronto (Freeman, 2004). L’anàlisi de les xarxes ha augmentat amb popularitat a partir dels anys noranta degut en part als efectes de la globalització i l’augment d’importància de les comunicacions (Scott et al., 2008a).

Actualment, l’anàlisi de les xarxes socials s’ha convertit en una aproximació analítica a un paradigma amb els seus propis arguments teòrics, mètodes, línies d’investigació i grups de recerca. Els acadèmics estudien xarxes completes, és a dir, tots els vincles amb unes característiques determinades en una població definida, o bé xarxes egocèntriques o personals, és a dir, les relacions d’un individu amb la seva “comunitat personal”.

Per poder entendre aquesta anàlisi de les xarxes socials o relacionals, és necessari entendre una sèrie de conceptes bàsics que després ens serviran en el proper capítol sobre la metodologia emprada.

Conceptes bàsics d’Anàlisi de Xarxes Socials

Sobre la posició dels actors a la xarxa

Centralitat

Un dels aspectes claus de l’Anàlisi de Xarxes Socials és l’estudi de la centralitat i la centralització. Anomenem centralitat quan la mesura es calcula basada en un node de la xarxa. Si considerem la xarxa en la seva totalitat ho anomenarem centralització i s’estudia al proper punt.

La mesura de la centralitat es refereix al poder de cada actor obtingut a través de l'estructura de la xarxa, i no dels propis atributs individuals. La centralitat suggereix que com més central sigui la posició d'un actor, més important és per la coordinació de les funcions de la xarxa i, a més, li permet un accés més ràpid a més informació i generar i implementar més ràpidament les seves accions (Pavlovich, 2003). Trobem tres maneres diferents de mesurar la centralitat:

Degree

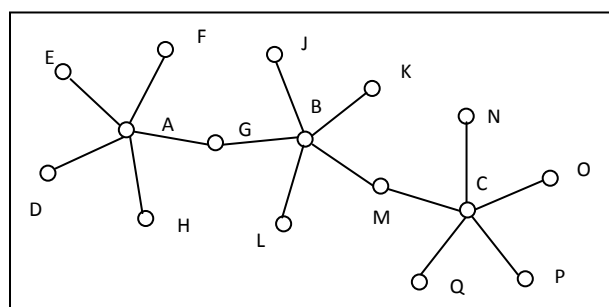
Es tracta d'una de les mesures més intuïtives de centralitat i es mesura comptant el nombre de contactes directes de l'actor comparat amb la resta. Com que no valora les connexions indirectes que té aquest actor també se la considera una mesura de "centralitat local".

Closeness

Freeman proposa una mesura de "centralitat global" que anomena *closeness* i es mesura segons la distància entre tots els actors entre ells. Un actor és globalment central si està situat a petites distàncies de molts altres actors. Aquest actor doncs serà proper (*close* en anglès) a molts altres actors de la xarxa.

La figura següent ens mostra les diferències entre centralitat local (*degree*) i global (*closeness*). Així l'actor G i M tenen un baix valor en centralitat local però un alt valor en la global.

Figura 14 - Centralitat local i global



Nivell /	A,C	B	G,M	J,K,L	Altres punts
Centralitat local absoluta (degree)	5	5	2	1	1
Centralitat global (closeness)	43	33	37	48	57

Betweenness

Mesura la posició dels actors de la xarxa en relació al seu poder d'intermediació (Freeman, 1979), és a dir, la seva capacitat per poder ser l'intermediari dels fluxos d'informació que circulen per la xarxa de relacions. Encara que un actor no disposi d'una centralitat local o global a la xarxa, si té un poder d'intermediació elevat també disposarà d'un avantatge en informació i estarà a les seves mans l'activació o no de la transmissió d'aquesta a la resta d'actors de la xarxa relacional.

Sobre l'estructura de la xarxa

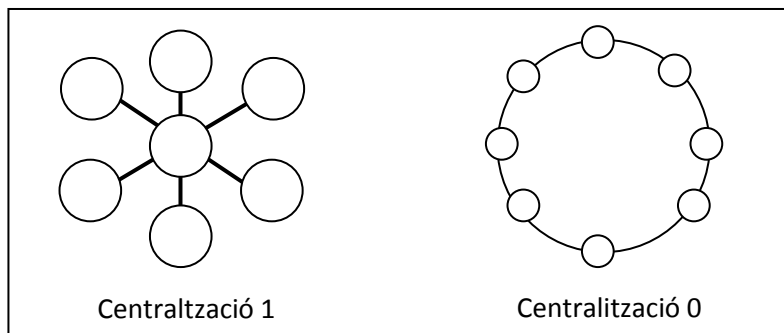
Densitat

La densitat és un concepte que mira de mesurar l'estat de complexió de la xarxa (Scott, 2000). La densitat relacional explora l'estructura general de la xarxa i considera el nombre de lligams existents entre tots els actors de la xarxa. Per tant és una característica de la xarxa més que dels actors implicats. Des del punt de vista de la densitat, una xarxa completament cohesionada o amb màxima cohesió seria aquella en la qual tots els actors estan relacionats amb els altres (nosaltres hi afegim que la xarxa realment cohesionada és aquella en la que, a més, tots els vincles tenen tots tres components). Una xarxa densa, a través de forts sistemes de comunicació i intercanvi d'informació, assegura la creació i circulació de normes institucionals a través de la xarxa, amb actors creant patrons de comportament mútuament acceptats. (Pavlovich, 2003).

Centralització

La centralització es refereix a propietats particulars de l'estructura en la seva totalitat. No es refereix, per tant, a la prominència de punts o actors particulars, sinó a la jerarquia de la xarxa, la qual serà elevada quan hi ha un node o nodes central(s) al voltant dels qual està organitzada la xarxa. Així com la densitat descriu el nivell general de cohesió d'una xarxa, la centralització descriu fins a quin punt aquesta cohesió està organitzada al voltant d'un actor o actors prominents. Quan la centralització és 1, el gràfic prendrà la forma d'una estrella, és a dir, amb un actor connectat amb tots els altres i la resta d'actors només connectats amb l'actor central; mentre que si és 0 tots els actors tenen la mateixa centralitat, és a dir, la xarxa té una estructura totalment plana.

Figura 15 - Diferents graus de centralització



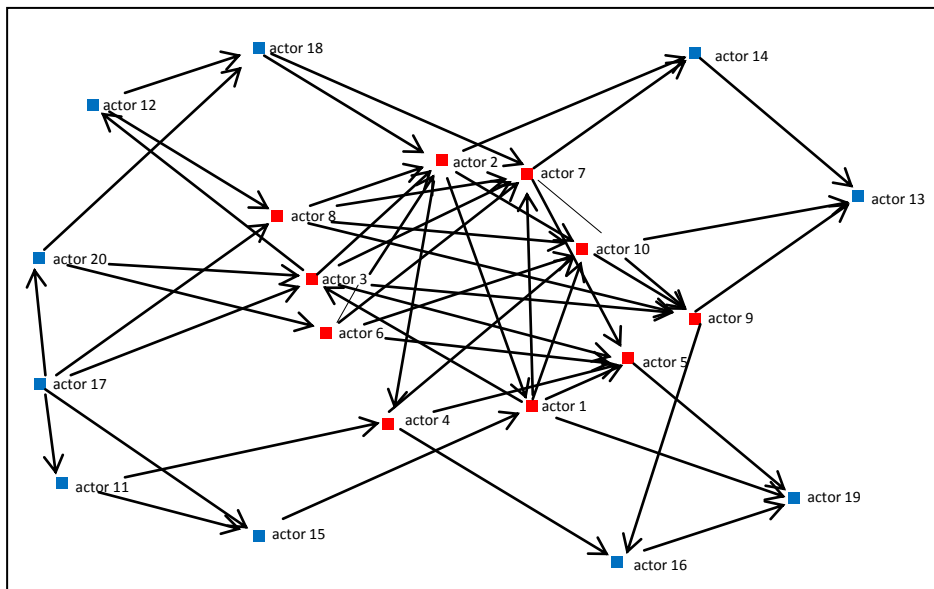
Modularitat de la xarxa

Algunes de les mesures més comuns són les que permeten identificar l'existència de subgrups en blocs concèntrics o horitzontals a través de l'aplicació de dos algorismes per a objectius diferents: càlcul de *Core/Periphery* i càlcul de *Factions*.

El primer algorisme, en català centre/perifèria, permet dividir la xarxa de forma concèntrica per poder identificar si hi ha diferències en l'agrupació d'actors segons la intensitat de connexió. Aquells que estan situats al centre de la xarxa seran els que es relacionen amb la màxima intensitat possible, i els que es troben a la perifèria els falta un nivell de densitat elevada (Borgatti & Foster, 2003). Amb el programa Ucinet 6.0

(Borgatti, Everett, & Freeman, 2002) s'obtenen unes matrius d'adjacència que classifiquen els actors segons el grup al qual formen part i indiquen com cada un dels actors es relaciona amb aquest grup. La matriu resultant calcula també la cohesió dels dos grups havent de ser propera a 1 al centre i a 0 a la perifèria. A la Figura 16 hi ha un exemple d'una xarxa on s'observen els actors que formen part del centre i els que són a la perifèria.

Figura 16 - Actors del centre i de la perifèria



El segon algoritme agrupa els actors segons la semblança amb altres actors amb qui estan relacionats (Hanneman, citat per (Buckner & Cruickshank, 2008). Un cop es tenen agrupats els actors en diferents subgrups, es poden estudiar cada un d'ells com si fossin xarxes independents.

El primer pas consisteix en conèixer el nombre de grups amb què es vol dividir el total i per això es pot utilitzar l'algoritme de Girvan Newman que defineix els clústers que es poden crear. Un cop s'han dividit en grups a partir d'una nova matriu d'adjacència es valora si se'ls pot considerar *fraction* i això es calcula si la densitat del subgrup tendeix a 1. Passat aquest *tràmit*, es determina a quin grup pertany cada actor de la xarxa i aquesta dada es pot utilitzar també com un atribut d'aquest actor. A més, els resultats obtinguts també mostren les característiques estructurals i de les relacions de cada subgrup.

Sobre el tractament de les dades

Els subjectes i la composició de les seves relacions es trasllada a matrius adjacents.

Les matrius d'adjacència es construeixen en situar el llistat dels agents estudiats en les columnes i en les files; llavors a les cel·les d'intersecció s'hi anota l'existència o no de lligam (i, en alguns casos, el tipus de lligam).

Figura 17 – Exemple de matriu d'adjacència

	Actor 1	Actor 2	Actor 3	Actor 4
Actor 1	1	1	0	1
Actor 2	1	1	0	0
Actor 3	0	1	1	1
Actor 4	1	1	0	1

Aquesta informació cal convertir-la en dades valuades i no valuades o binàries, segons el cas. Si hi ha relació es representa amb un 1 i si no n'hi ha, es representa amb un zero. Per fer-ho a vegades cal convertir una dada valuada en dada binària situant un llindar a partir del qual decidim que existeix el lligam. D'això se'n diu dicotomitjar.

Representació gràfica

La representació gràfica de la xarxa permet que l'anàlisi comparatiu i la identificació d'actors estratègics sigui més intuïtiu. Els sociogrames són la representació gràfica de la xarxa. Els nodes es dibuixen com un punt o cercle i estan relacionats entre ells a través de línies. El dibuix resultant recull les dades de la matriu d'adjacència i situa els nodes en el lloc que li pertoca segons el seu grau de centralitat (els nodes situats més al centre del dibuix representen els agents amb una posició més central) i la posició dels altres actors amb qui està relacionat. A més es poden estudiar visualment altres característiques de les xarxes; per exemple, per mostrar la força de la centralitat en l'estudi del grau de *betweenness*, com més elevat sigui aquest, més gran es dibuixarà el node.

CAPÍTOL 2.- METODOLOGIA

Definició de l'objecte d'estudi

Els esdeveniments estudiats

Es varen escollir dos esdeveniments per analitzar les diferències en les seves xarxes abans i després de que l'esdeveniment tingués lloc. El triatló *Challenge Barcelona - Maresme* i la marxa de mountain bike per etapes *Transpyr Adventure*.

Aquests dos tipus d'esdeveniments es van escollir per les raons següents:

- Volíem esdeveniments de mitjana magnitud, ja que són més freqüents que els grans esdeveniments (Higham, 1999). Tot i això, calia que no caiguéssim en esdeveniments tan locals que limitessin l'estudi. Per això es van triar esdeveniments amb participació internacional com a mesura d'un cert grau d'importància.
- Havien de ser esdeveniments repetitius per poder calcular la diferència en les edicions posteriors.
- Ens interessava un esdeveniment on hi apareguessin diferents tipus d'esports, com un triatló.
- Ens interessava un esdeveniment que passés per diferents localitats com una cursa per etapes.
- Havien de ser esdeveniments nous o gairebé nous, perquè fos més nítid el record de les relacions abans de que hi hagués cap edició.

Challenge

El primer esdeveniment escollit és la Challenge Barcelona-Maresme. Aquest esdeveniment és un triatló considerat de distància *Ironman*, és a dir 3,8 quilòmetres nedant, 180 quilòmetres en bicicleta i una maratón (42,190 quilòmetres). Seguint les classificacions de la Secretaria General de l'Esport, es tracta d'un esdeveniment

internacional no federat, amb pressupost per sobre dels 50.000 euros i amb una participació superior als 1.000 esportistes i igual nombre d'espectadors.

La Challenge Barcelona-Maresme s'organitza des del municipi de Calella, localitat situada a la comarca del Maresme, a 50 quilòmetres de Barcelona. L'inici de la prova és la mateixa localitat, tot i que per les distàncies que han de recórrer els esportistes, arriba des de El Masnou al sud fins a Santa Susanna pel nord.

La població de 18.627 habitants (cens del 2010) està ocupada majoritàriament en el sector dels serveis, especialment en aquells relacionats amb el turisme, Calella compta amb 13966 places d'allotjament turístic segons el cens del 2013.

La primera edició de la prova es va fer el 4 d'octubre del 2009 amb la participació de 1.500 participants internacionals. A la segona edició del 2010 la participació baixà als 1100 triatletes. Cal tenir en compte que s'organitza també la *Half Challenge*, això és un esdeveniment amb les mateixes característiques però amb la meitat de distància per a totes les disciplines. Aquest esdeveniment també gaudeix d'una gran acceptació, encara que la seva repercussió a nivell mediàtic és menor que el primer.

Com sorgeix i evolució

El projecte de la Challenge Barcelona–Maresme s'inicia quan un hotelier local (Hotel Sant Jordi) s'uneix amb una empresa externa organitzadora d'esdeveniments (*Evolution*, de Barcelona) per proposar un triatló de llarga distància. Aquests tipus de proves s'articulen a nivell mundial a través de dues franquícies: IRONMAN i Challenge. Per raons econòmiques (és més assequible) els organitzadors decideixen optar per aquesta última.

A partir de llavors es fa una proposta a l'administració pública (Ajuntament de Calella i comarca del Maresme) per unir-se al projecte i aconseguir els mitjans necessaris per organitzar un esdeveniment esportiu d'una complexitat i mida com no s'havia realitzat fins llavors en aquella zona. A través de les relacions de les diferents parts (esportives, turístiques, privades, públiques) es va anar teixint una xarxa de col·laboradors en el projecte.

La primera edició va ser molt complexa i va crear un seguit de tensions importants entre els agents. Fruit d'aquests conflictes l'empresa Evolution va ser expulsada del projecte, es va incloure una nova empresa organitzadora d'esdeveniments (també de Barcelona) i l'empresari local va agafar més protagonisme en la iniciativa. Per contra, l'esdeveniment va generar un grau molt interessant de cohesió entre els ciutadans, la sensació de que alguna cosa molt important estava passant, una energia liminal injectada a la comunitat que va viure l'esdeveniment amb un sentiment de *communitas* pel potencial que li veien com a generador de futures iniciatives.

Transpyr

Transpyr és una prova de BTT no competitiva per etapes que creua els Pirineus des del Mediterrani fins al Cantàbric passant per diferents municipis que actuen com a punts d'etapa. La distància total a recórrer és de 860 quilòmetres per la vessant sud dels Pirineus i el desnivell acumulat que cal superar és de 22.000 metres, tot això en vuit etapes. Seguint la classificació de la Secretaria General de l'Esport, es tracta d'un esdeveniment internacional no federat, que supera els 50.000 euros de pressupost i amb una participació mitjana de 200 ciclistes i uns 400 espectadors presencials entre les 9 localitats punt d'etapa.

Els punts d'etapa de Transpyr són els següents:

- Roses
- Camprodon
- Seu d'Urgell
- Pont de Suert
- Aínsa
- Jaca
- Isaba
- Elizondo
- Donostia

II-Il·lustració 1 - Punts d'etapa de Transpyr



La primera edició de Transpyr es va realitzar el juny del 2010 amb la participació de 80 ciclistes de tot Europa, però predominantment de l'Estat Espanyol. A la segona edició, al juliol del 2011, la participació pujà fins als 182 participants.

Com sorgeix i evolució

Transpyr és un projecte d'una empresa de màrqueting esportiu (Anayet Sport Marketing, formada per socis de diferents regions properes als Pirineus) que decideix transportar als Pirineus el model de curses de bicicleta de muntanya que es realitzen per diferents indrets del món (TRANSALP a la zona dels Alps germànics, CAPE EPIC a Sud-àfrica, TRANSROCKIES al Canadà). Amb aquest objectiu l'any 2008 contacten les diferents administracions regionals (especialment les implicades en el turisme, per l'interès comunicatiu que tenen aquests esdeveniments) i les poblacions punts d'etapa. Entre les administracions regionals troba la col·laboració dels governs bascos, catalans i les diputacions catalanes afectades. La crisi financera afecta les institucions públiques convertint un projecte que hauria d'haver estat dirigit des d'un nucli públic i privat, en un negoci purament privat amb implicació poc important de les administracions locals.

La xarxa relacional de Transpyr presenta doncs una estructura particular que s'aprecia a primera vista. El fet de ser una prova per etapes que, a més, són de llarga distància, genera uns punts d'etapa allunyats amb poca relació entre els uns i els altres.

Partint d'aquest escenari, l'estratègia dels organitzadors ha estat donar cada vegada més força als municipis i llurs associacions i a partir de la segona edició fan possible la Transpyr Challenge, un circuit d'esdeveniments ciclistes organitzats per clubs ciclistes dels punts d'etapa posats en un mateix calendari que promou la difusió i l'augment de participació en les diferents proves.

Al mateix temps, crea una iniciativa anomenada Transpyr Spirit en la qual es convida un equip de cada punt d'etapa a participar a la prova per dinamitzar esportivament el municipi i buscar suports locals.

Taula 10 - Participació dels diferents punts d'etapa de Transpyr en les iniciatives Transpyr Challenge i Transpyr Spirit

Municipi	Roses	Camprodon	La Seu d'Urgell	El Pont de Suert	Ainsa	Jaca	Isaba	Elizondo	Donostia
Transpyr Challenge	X	X	X		X	X	X		X
Transpyr Spirit	X	X	X		X	X		X	X

Els agents implicats

Seleccionar els agents a estudiar és una tasca difícil, ja que molt sovint no es poden fixar els límits del conjunt d'actors amb implicació i sense implicació. El dubte sorgeix a l'hora de decidir quin nivell de participació en l'esdeveniment és més o menys rellevant per formar part de la llista, tot això generant el risc de deixar agents importants fora de la xarxa relacional (Molina, 2001). Per tot això, a vegades cal una classificació externa per determinar el llistat d'actors (Wasserman & Faust, 1994).

L'equip de Laumann fa una revisió exhaustiva de les estratègies per trobar els límits d'una xarxa completa (1983). Distingeixen entre les aproximacions realistes, basades

en les percepcions subjectives dels actors, i aproximacions nominalistes que sorgeixen del punt de vista de l'observador. D'altra banda, en el mateix article, es llisten tres procediments per identificar els agents:

- Estratègies basades en els atributs dels actors; per exemple que pertanyin a una escola, a un grup social o un àmbit professional.
- Les relacions socials també es poden utilitzar per definir els límits d'una xarxa, en aquest cas utilitzant el sistema del *snowball* o bola de neu.
- Finalment la participació a una activitat puntual; per exemple en la publicació d'una revista o, com en el nostre cas, en l'organització d'un esdeveniment.

Els dos casos d'estudi utilitzats requereixen diferents aproximacions per les característiques de l'estudi que es vol realitzar.

En el cas de la Challenge, hem estudiat un esdeveniment amb un sol àmbit local evolucionant en el temps. En aquest cas es va utilitzar una estratègia realista en què els mateixos autors han definit qui formava part de la xarxa segons la seva participació en l'organització de l'esdeveniment. Per la seva banda, Transpyr requeria la comparació entre diferents punts d'etapa i per tant exigia tenir el mateix nombre i tipus d'actors. En aquest cas es va optar per una barreja d'aproximació nominalista (l'investigador va decidir quins càrrecs o posicions s'estudiarien en totes i cada una de les localitats) i realista (els mateixos actors van identificar els agents externs) i una selecció segons atributs (els càrrecs o les posicions que ocupaven).

Taula 11 - Estratègia d'identificació d'actors i limitació de la xarxa

Esdeveniment	Aproximació per limitar la xarxa	Procediment per identificar els autors
Challenge	Realista	Selecció per "participació en un fet puntual"
Transpyr	Nominalista, primer; realista després	Selecció per "atributs"

Un dels aspectes centrals en la teoria de les xarxes és l'estudi de com es defineixen els límits entre l'estructura micro i la macro, és a dir, entre la xarxa local i la supralocal o externa, ja que aquestes dues dimensions estan sovint estretament lligades (Wasserman & Galaskiewicz, 1994). L'anàlisi de les xarxes ha de saber centrar-se en un nivell determinat i observar com saltem d'un nivell a l'altre. De fet, aquesta és la possibilitat que dóna l'anàlisi de xarxes socials a l'estudi del desenvolupament local de Dematteis i Governa (2005), el permetre fer un estudi del Sistema Local Territorial (SLoT) a nivell local, supralocal i de les seves relacions.

Per la identificació dels agents externs, es va demanar a tots i cada un dels actors de fer un llistat de les relacions amb agents externs que s'havien generat a partir de l'organització de llurs esdeveniments per esbrinar si amb les diferents edicions es compartien relacions. En aquest cas no es demanaven noms sinó només entitats, organitzacions o empreses.

La representativitat dels actors

En la recerca que ens ocupa, a més d'estudiar la implicació d'esdeveniments esportius en el creixement de la cohesió d'una xarxa local, ens interessa també explorar el comportament de la xarxa i els seus actors considerant la relació entre el sector turístic i esportiu. Això pressuposa escollir aquell que serà el representant del sector. En aquest sentit es presenten dues dificultats afegides.

D'una banda és molt important aclarir aspectes de representativitat de manera que no s'atorgui a qui no li pertoca (Gray, 2007). En aquest sentit es va buscar en tot moment un càrrec institucional que garantís la representativitat i es va treballar amb el president de l'associació, el regidor o el propietari de l'empresa.

D'altra banda, cal considerar que aquesta representativitat és limitada en el temps. En qualsevol moment aquest actor deixarà de representar l'entitat i un nou agent entrarà en consideració. En aquest cas precisament és quan és interessant saber si el llegat de relacions es traspassa també quan hi ha el canvi de govern de l'entitat, empresa o institució.

Challenge

Tal i com comentàvem a l'apartat anterior, en el cas de l'esdeveniment de Calella, ens interessava identificar els agents més implicats en la primera edició del Challenge per tal de poder fer un seguiment en les edicions posteriors. En aquest sentit, es va anar a buscar a l'organitzador de l'esdeveniment i se li va demanar un primer llistat dels agents més importants dels diferents àmbits. Aquest primer dibuix el vam anar contrastant amb el procediment de triangulació (da Fontoura Costa & Baggio, 2009) i va anar creixent amb la tècnica de l'snowballing (Erickson, Nosanchuk, & Lee, 1981; Erickson & Nosanchuk, 1983; Frank & Snijders, 1994). Així, a partir d'un dels subjectes més rellevant i el seu llistat inicial d'agents vam anar construint una llista contrastada més exhaustiva fins que no aparegueren nous elements i vam considerar que ja era completa del tot.

Agents externs

Per identificar els agents externs es va anotar el nom de l'entitat, institució o empresa amb què cada actor va afirmar que havia col·laborat durant l'organització de la Challenge a Calella.

En relació als seus atributs, els agents es classifiquen segons si són locals o extra locals, si pertanyen a l'àmbit del turisme, de l'esport o altres àmbits i si són del sector públic, privat o associatiu. A la taula 12 hi ha la classificació dels actors estudiats.

Taula 12 - Agents turístics, esportius i d'altres àmbits implicats a la Challenge

	Àmbit	Sector
Locals		
ISABEL MALLOL Presidenta Associació Hotelera de Calella	Turisme	Privat
FRANCESC CAMARASSA Propietari Hotel Sant Jordi / Organitzador	Turisme	Privat
MONTSE CORDON Presidenta Associació Comerciants de Calella	Altres	Privat
MANEL VICENTE President Club Atletisme Calella	Esport	Associatiu
SALVADOR VIDAL President Club Nàutic Calella	Esport	Associatiu
JOAQUIM SITJÀ President Associació Foto Film de Calella	Altres	Associatiu
ELADI TORRES Gerent Consell Comarcal Maresme	Altres	Públic
LOIDA SERRANO Regidora Turisme i Promoció Econòmica de l'ajuntament de Calella	Turisme	Públic
JAUME PALET Regidor Serveis Públics i Mobilitat de l'ajuntament de Calella	Altres	Públic
JOAN FERRER Tècnic d'Esports de l'ajuntament de Calella	Esport	Públic
Supralocal		
EVOLUTION Empresa organitzadora	Esport	Privat
TRITLON Empresa organitzadora	Esport	Privat
Challenge Propietari franquícia	Esport	Privat
FEDERACIÓ CATALANA TRIATLÓ	Esport	Associatiu
FEDERACIÓN ESPAÑOLA TRIATLÓN	Esport	Associatiu
CONSELL CATALÀ DE L'ESPORT	Esport	Públic
AGÈNCIA CATALANA DE TURISME	Turisme	Públic
ESCOLA UNIVERSITÀRIA DE TURISME DEL MARESME	Turisme	Privat
CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES	Esport	Públic

Transpyr

Per l'estudi de Transpyr la tècnica d'identificació dels actors va ser diferent. En aquest cas, a més de voler estudiar les xarxes de cada localitat i la xarxa comuna que formaven, també vam voler comparar les localitats entre elles. Perquè això fos possible necessitàvem que els actors compartissin l'àmbit i sector d'on provenien. D'altra banda, considerant que hi havia nou punts d'etapa tampoc podíem fer un llistat massa llarg per cada punt d'etapa, el resultat quedaria fora de l'abast d'aquesta recerca. Tot i això, calia que hi hagués un representant de cada àmbit i de cada sector. Per això es va decidir tenir els actors següents:

- Representant públic–esportiu (tècnic de la regidoria d'esports de la localitat).
- Representant públic–turístic (tècnic de la regidoria de turisme de la localitat).
- Representant associatiu–esportiu (president del club esportiu implicat en la prova).
- Representant privat–turístic (president de l'associació turística o, en el seu defecte, empresari turístic més implicat en la prova).
- Representant polític de l'ajuntament.

La decisió de qui eren els agents que complien aquests requisits era molt senzilla, només calia contactar l'ajuntament de cada municipi. En els casos en què no fos clara la representativitat, per exemple quan no hi havia associació turística o per decidir quin dels polítics de l'ajuntament estava més implicat, es va demanar als organitzadors de la prova quina era la seva persona de contacte.

L'organitzador, tot i no pertànyer a cap punt d'etapa, en ser part implicada a la xarxa des del moment de la seva creació i pel fet de donar sentit a la xarxa, se'l considera agent local.

Agents externs

En quant als agents externs, per l'estudi de Transpyr es va seguir la mateixa tècnica que a la Challenge, essent els mateixos actors qui van llistar el nom dels seus col·laboradors externs.

Finalment, en quant als atributs, els agents es classifiquen segons la localitat, si pertanyen a l'àmbit del turisme o de l'esport, si són del sector públic, privat o associatiu i si són locals o externs. Un esquema complet es troba a la taula següent.

Taula 13 - Agents implicats a Transpyr segons els seus atributs

	Tècnic esports (públic)	Tècnic turisme (públic)	Club esportiu (associatiu)	Associació turística o comercial (privat)	Regidor d'esports o turisme (públic)
Roses	LLUÍS NOGUÉ	SARA LLADÓ	JOAQUIM COLL	MIREIA MASSOT	GASPAR GALLEGUO (turisme)
Camprodon	JOSEP JUNCÀ	SILVIA RIGAT	JAUME GUARDIA	XAVIER JUNCÀ	MIQUEL SALA (esports)
Seu d'Urgell	DAVID VALLVÉ	CARME GALINDO	ENRIC RAMONEDA	MIQUEL SANCHEZ	LLUÍS BIOSCA (esports)
Pont de Suert	MÍRIAM FARRÉ	MERITXELL MORANTXO	TITO PUEYO	NEUS PEIRÓ	NACHO FOIX (esports)
Aínsa	ÁNGEL CHELIZ	ROSA MARI	JOSE LUÍS BÉRGUA	JORGE RUIZ	CARLOTA DORADO (esports)
Jaca	ENRIQUE PÉREZ	M ^a JOSÉ JARNÉ	SERGIO PÉREZ	PEDRO MARCO	JOSÉ MANUEL PRADA
Isaba	OSKAR ANDUEZA	MARÍA PIDAL	PEDRO PILART	M ^a ÀNGELES EZKER	ÁNGEL LUÍS DE MIGUEL
Elizondo	ELISABETH SANTIESTE-BAN	PELLO IRIARTE		IZASKUN GOÑI	IÑIGO ITURRALDE
Donostia	IÑAKI ZABALETA	ISABEL AGUIRREZA-BALA	IGOR ETXEBERRI A	FRAN GONZALEZ	JOSU RUIZ
Organització				FRANCESC SALLENT (ANAYET SPORT MKT)	

Finalment, el llistat dels agents externs o supralocals va ser:

- FEDERACIÓ CATALANA DE CICLISME
- FEDERACIÓN ARAGONESA DE CICLISMO
- FEDERACIÓN NAVARRA DE CICLISMO
- FEDERACIÓN VASCA DE CICLISMO
- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CICLISMO
- ADMINISTRACIÓ AUTONÒMICA ESPORTIVA DE CATALUNYA
- ADMINISTRACIÓ AUTONÒMICA TURÍSTICA DE CATALUNYA
- ADMINISTRACIÓ AUTONÒMICA ESPORTIVA D'ARAGÓ
- ADMINISTRACIÓ AUTONÒMICA TURÍSTICA D'ARAGÓ
- ADMINISTRACIÓ AUTONÒMICA ESPORTIVA DE NAVARRA
- ADMINISTRACIÓ AUTONÒMICA TURÍSTICA DE NAVARRA
- ADMINISTRACIÓ AUTONÒMICA ESPORTIVA DE EUSKADI
- ADMINISTRACIÓ AUTONÒMICA TURÍSTICA DE EUSKADI

Les possibles relacions

Descrits els esdeveniments i la població d'estudi, també ens interessa entendre quines relacions són rellevants per la recerca.

En l'estudi de la cohesió

En l'estudi de la cohesió en la xarxa d'agents locals o connectivitat interna ens basem, en dos tipus de dades. D'una banda la densitat o augment de vincles entre els diferents actors i, de l'altra en la fortalesa d'aquests vincles per als agents locals per al qual cosa ens recolzem en la teoria multidimensional de Hite explicada al capítol de xarxes. Recordem que aquesta autora discrimina el component econòmic, personal i social per poder estudiar la força d'aquestes relacions, és a dir, el grau de cohesió dels vincles (Hite, 2003).

En aquest sentit cal fer una sèrie de precisions importants per cada un dels components.

La primera fa relació al component social. Aquest component, que pot ser escàs en grans poblacions o en grans corporacions, tal i com l'estudia Hite (2003), és molt freqüent en poblacions reduïdes com Calella o, fins i tot predominant en pobles com Camprodon o Isaba, per exemple. En aquests casos es pot dir que gairebé sempre hi ha un sol grau de separació entre agents, o, dit en altres paraules, totes les relacions tenen integrades el component social ja que qualsevol persona de la comunitat (a part de població molt específica, com la immigració recent) es poden relacionar amb qualsevol altra amb tan sols una persona de pont. Per aquesta raó, en moltes de les poblacions estudiades el component social estava generalitzat i les variacions es podien donar per l'existència dels components personal i/o econòmic.

L'element personal de la relació també és difícil d'estudiar ja que tothom té diferents connotacions del què això significa. El que per unes persones és una relació personal, per altres no és així. En aquest sentit, la formulació de preguntes que permetessin acotar-ho va ser fonamental, tal i com veurem a l'apartat de les entrevistes en profunditat.

Finalment, per facilitar que els dos actors d'una relació entenguessin el mateix per "component econòmic" ens vam centrar no només en transaccions econòmiques entre les dues parts o les dues parts i una tercera, sinó també en el treball voluntari, molt freqüent en l'àmbit esportiu.

D'entre totes les variacions possibles, les que ens han interessat més són:

- L'existència o no de relacions, siguin amb el component que siguin.
- Les relacions funcionals (presència dels components econòmics i socials), ja que, de les tres existents, són les que "*funcionen més bé pels negocis*" (Hite, 2003: 35), essent les altres dues o aïllades o latents.

Per poder estudiar amb més claredat les xarxes resultants de les relacions locals, hem utilitzat sempre dades indirectes (Scott, 2000), és a dir, les relacions havien de ser simètriques (la relació entre A i B era igual a la de B i A) com proposa Hanneman (citat

per (Buckner & Cruickshank, 2008). Es pot donar el cas, però de que A i B tinguessin una percepció diferent del grau de cohesió del vincle que els uneix, que hi hagués discrepàncies entre dos agents sobre el contingut particular de la mateixa relació. Per evitar aquest problema hem establert una norma en la qual:

- Quan només un dels dos agents considera que hi ha un lligam personal, llavors no l'hem considerat com a tal, ja que, perquè hi hagi realment una relació d'aquest tipus, tots dos components ho han de considerar.
- Quan només un dels dos actors considerava que hi havia un component social vam avaluar aquesta com a existent, ja que pot ser que l'altre actor desconegui aquest fet.
- Quan només un dels dos agents expressava l'existència del component econòmic consideràvem aquest com a existent, ja que es poden donar relacions comercials que no siguin del tot conegudes (per exemple subvencions, relacions amb altres àrees, etc.).

En l'estudi de la connectivitat exterior

Pels lligams entre agents locals i agents externs (que, com hem comentat, Granovetter (1973) va haver de reconèixer que tot i haver-los anomenat dèbils, tenien una gran importància), ens va semblar més oportú basar-nos en la classificació entre competència, cooperació i col·laboració de Watkins i Bell (2002) per explicar la dinàmica de les relacions.

Les relacions de competència són aquelles en què l'empresa treballa en solitari per obtenir major participació al mercat. Per això només es tanquen contactes amb altres empreses quan es pot perdre quota.

Les relacions de cooperació defineixen aquell treball conjunt i l'intercanvi d'informació que pressuposa per tal de tirar endavant iniciatives aïllades. Descriu la majoria de relacions que impliquen als sectors privat i públic amb diferents graus de compromís.

Finalment, la relació de col·laboració tanca compromisos a més llarg termini i objectius compartits, requerint el major nivell de confiança entre les dues parts.

Resumint el capítol, els diferents tipus de relacions que es poden trobar en l'estudi estan llistats a la Taula 14.

Taula 14 - Tipus de relacions possibles entre agents locals i entre agents locals i agents externs

Relacions locals (entre agents locals)	Relacions supralocals (entre locals i externs)
<ul style="list-style-type: none">- No relació- Component personal- Component social- Component econòmic- Component social i econòmic- Component personal i econòmic- Component social i personal- Tots tres components	<ul style="list-style-type: none">- No relació- Relació de competència- Relació de cooperació- Relació de col·laboració

Mètode d'obtenció de les dades

Les dades es van començar a recollir l'any 2009 a partir de l'empresa organitzadora de les diferents proves. Les tècniques utilitzades van ser les Entrevistes en Profunditat per recollir les dades i l'Anàlisi de Xarxes Socials per analitzar-les.

Entrevistes en profunditat

L'entrevista en profunditat és una tècnica d'investigació qualitativa que implica la realització d'entrevistes intensives a un petit nombre d'individus per explorar els seus punts de vista en relació a una idea, programa, o una situació. Les entrevistes poden ser estructurades, quan les preguntes ja estan ben definides amb anterioritat permeten un cert nivell de respostes prefixades; semi estructurades quan el què s'ha determinat és un guió de la informació que es vol aconseguir durant l'entrevista però amb llibertat per escollir les preguntes que més ens hi poden portar segons l'evolució de la conversa; finalment, no estructurades o lliures, on només s'han marcat unes

breus línies directius sobre el tema. El nivell d'estructuració depèn dels objectius, l'interlocutor i el context de l'entrevista (Molina, 2001).

En el nostre cas vam provar un primer qüestionari enviat per internet als diferents agents, però els resultats no van ser acceptables. Aquesta recerca, on es pregunten matisos de les relacions, demana un seguiment més proper, que només l'entrevista presencial permet i per això es va optar per fer entrevistes semi estructurades.

Nº de contactes amb els entrevistats

Un cop identificats els agents a entrevistar, el primer contacte era per fer-los conèixer el marc de la recerca i, en el cas específic de l'estudi de la Challenge, demanar-los si volien ampliar el llistat d'agents ja existent. El segon contacte servia per concretar l'hora de l'entrevista i el tercer era ja l'entrevista en si. En alguns casos calia una darrera trucada per aclarir algun terme.

En l'any posterior, després de l'edició corresponent, el nombre d'entrevistes quedava reduït a dos (concretar entrevista i realitzar l'entrevista) i una possible trucada d'aclariment.

Dates de les entrevistes

Les entrevistes es van realitzar entre dos mesos i sis setmanes abans i entre un i dos mesos després de cada edició. D'aquesta manera evitàvem aquell període de temps en què tots els agents estan més implicats en la organització i realització de l'esdeveniment (Gorden, 1987).

Les primeres entrevistes es varen realitzar el mes d'agost del 2009 a l'organitzador de la Challenge i les últimes el mes de setembre de l'any 2011 a actors de Donostia, punt d'etapa de Transpyr.

Tal i com s'ha explicat, l'objectiu de l'entrevista era conèixer l'existència i característiques dels vincles amb altres actors relacionats amb l'esdeveniment. Per això, abans de l'esdeveniment es preguntava que identifiquessin les seves relacions

amb els altres actors escollits, mentre que després de cada edició es demanava quins canvis havien succeït com a conseqüència de l'esdeveniment en si. El fet d'insistir en que les modificacions fossin realment canvis generats per l'esdeveniment estudiat era molt important, ja que el què ens interessa són aquelles variacions en les relacions dels actors de la xarxa que succeeixen per la influència, poca o molta, de l'esdeveniment en sí.

En la introducció de l'entrevista es presentava de nou la recerca i es mostrava el coneixement de l'esdeveniment per guanyar-se la confiança de l'entrevistat. En aquesta part se l'informava de que l'entrevista es gravava i se li demanava la seva conformitat. També es feia esment a la possibilitat de firmar un contracte de confidencialitat que no va caldre en cap cas. La part introductòria continuava amb una presentació dels altres agents escollits per posar l'entrevistat en antecedents.

A la primera part, relacionada amb el cercle local d'actors, es demanava que es senyalés quins components (social, personal o econòmic) estaven presents en la relació establerta amb una persona. Per tal de facilitar la decisió, es descrivien els diferents components tal i com s'observa a la Taula 15.

Taula 15 - Descripció dels components d'una relació a l'entrevista en profunditat

Personal	a. Coneixeu el seu cercle més proper (muller/marit, mainada)? b. Hi aniríeu a fer un cafè amb ell/a i xerrar durant 20' sobre temes personals? c. Si fes més de sis mesos que no el/la veiéssiu, li faríeu un truc per veure com està?
Econòmica	a. Hi heu fet o hi feu negocis en la mateixa empresa? b. Hi heu tingut o hi teniu establert algun tracte contractual?
Capital social	Consideredu que hi ha un lligam especial amb aquesta persona perquè? a. Ha fet moltes coses per vosaltres i podríem dir que li deueu un favor b. Tots dos teniu una relació estreta amb una mateixa persona c. És interessant col·laborar-hi perquè té accés a recursos d. És interessant col·laborar-hi perquè pot introduir-lo a gent interessant

A la segona part, passàvem a demanar per les relacions externes. En aquest cas es llistaven els possibles agents externs i se'ls demanava si en tenien alguna altra de

relació externa. A partir d'aquí ens interessàvem en si la relació era de competència, cooperació o col·laboració. Per diferenciar-ho fèiem servir aquest criteri:

- Si hi havia contacte amb un agent però declaraven que no hi col·laborarien en un projecte en què l'altre en sortís beneficiat, aquesta relació estaria en un estat de competència.
- Si hi havia algun tipus de relació però el contacte era poc freqüent o sense cap tipus de relació contractual, la consideràvem de cooperació.
- Si la freqüència de relacions era elevada i la percepció era que es tractava d'un lligam a llarg termini parlàvem de col·laboració.

Per facilitar la resposta, també proposàvem diferents descripcions dels graus de relació com es pot observar a la Taula 16.

Taula 16 - Explicació dels diferents graus de vincle en relacions externs tal com s'explicava als agents entrevistats

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Quan serà una relació de competència?: quan aquest vincle extern implica una possible pèrdua per la vostra organització o quan només en sortirà beneficiat l'altre.- Quan serà una relació de cooperació?: quan es treballi conjuntament sense que hi hagi molta freqüència de contacte o no existeixi una relació contractual.- Quan serà una relació de col·laboració?: quan hi hagi un acord formal entre ambdues organitzacions, una gran freqüència de col·laboració o una voluntat de treballar a llarg termini. |
|---|

Tancava l'entrevista una part de conversa lliure per captar possibles detalls que s'haguessin escapat a les tres parts anteriors. Sovint es parlava de la manca de suport d'alguna institució, o de les dificultats de l'organització, etc. Aquest espai era molt interessant per poder identificar possibles nous agents o algun tipus de matís en les relacions comentades.

Anàlisi de continguts

Els resultats de les entrevistes es van treballar estructurant la informació segons el marc teòric esmentat i les dades es van processar ajudant-nos de les tècniques de l'anàlisi de xarxes socials (Scott, 2000).

L'elecció d'aquesta tècnica era especialment interessant perquè ha estat poc utilitzada pels estudis de gestió esportiva, tot i que és una aproximació metodològica que permet investigar temes més diversos i camps més variats del què es ve fent fins ara en aquest camp de recerca (Quatman, 2006).

Per tal de comprendre com s'han analitzat els continguts de les entrevistes i quines han estat les dades utilitzades, cal fer una breu introducció als conceptes bàsics de l'anàlisi de xarxes socials.

Tractament de les dades

Identificats els actors importants i les xarxes i realitzades les entrevistes hem fet el primer pas per l'anàlisi doncs ja tenim els nodes i la composició de les seves relacions. Aquesta informació s'ha traslladat a matrius adjacents.

En el nostre cas, hem començat fent una matriu on escrivíem, per les relacions locals, els components de la relació existent (cap, econòmica, social, personal, funcional, latent, aïllada o plena) i per les relacions externes, el tipus de relació establerta (competitiva, cooperativa o col·laborativa).

Aquesta informació l'hem convertit en dades valuades i no valuades o binàries, segons el cas.

En casos on ens interessa saber el grau o intensitat de la relació, s'ha treballat amb dades valuades:

Relacions locals:

- No hi ha relació: 0
- Relacions unidimensionals: 1
- Relacions bidimensionals: 2
- Relacions plenes: 3

Relacions externes:

- Relació de competència: 0
- Relació de cooperació: 1
- Relació de col·laboració: 2

El fet de treballar amb dades valuades ens serveix sobretot al moment de representar les xarxes gràficament. El programa informàtic utilitzat permet mostrar amb la variació del gruix del lligam, la força del vincle i la visualització de l'evolució és molt més clara.

Quan ens ha interessat saber si hi ha relació o no, hem usat dades binàries. És el cas de l'estudi específic de les relacions funcionals. Si hi ha relació es representa amb un 1 i si no n'hi ha, es representa amb un zero. Dit d'una altra manera, hem convertit la dada valuada de la primera matriu en dada binària situant el llindar en el moment en què hi hagi presència de, com a mínim, els components econòmic i social de la relació. Si no hi ha relació, aquesta és unidimensional o bidimensional latent o aïllada, escriurem un 0, si és funcional o plena, un 1. D'això se'n diu dicotomitjar.

El resultat ha estat, doncs, divuit matrius a estudiar (veure Taula 17).

Taula 17 - Llistat de matrius d'adjacència estudiades

Challenge	Transpyr
<ul style="list-style-type: none"> - Existència de relacions internes abans de la seva realització (matriu valuada) - Existència de relacions internes funcionals o plenes abans de la seva realització (matriu binària) - Existència de relacions externes abans de la seva realització (matriu valuada). - Existència de relacions internes després de la primera edició (2009) (matriu valuada) - Existència de relacions internes funcionals o plenes després de la primera edició (2009) (matriu binària) - Existència de relacions externes després de la primera edició (2009) (matriu valuada) - Existència de relacions internes després de la segona edició (2010) (matriu valuada) - Existència de relacions internes funcionals o plenes després de la segona edició (2010) (matriu binària) - Existència de relacions externes després de la segona edició (2010) (matriu valuada) 	<ul style="list-style-type: none"> - Existència de relacions internes abans de la seva realització (matriu valuada) - Existència de relacions internes funcionals o plenes abans de la seva realització (matriu binària) - Existència de relacions externes abans de la seva realització (matriu valuada) - Existència de relacions internes després de la primera edició (2009) (matriu valuada) - Existència de relacions internes funcionals o plenes després de la primera edició (2009) (matriu binària) - Existència de relacions externes després de la primera edició (2009) (matriu valuada) - Existència de relacions internes després de la segona edició (2010) (matriu valuada) - Existència de relacions internes funcionals o plenes després de la segona edició (2010) (matriu binària) - Existència de relacions externes després de la segona edició (2010) (matriu valuada)

Com hem dit, les matrius valuades tenen sentit, sobretot, per la informació que ens mostren en la representació gràfica de la xarxa. Anem a veure com funciona aquesta visualització.



Representació gràfica

El dibuix resultant l'hem aconseguit gràcies al programari *Net Draw – network visualization* (Borgatti, 2002).

La fortalesa del lligam l'hem representat a través del gruix de les línies que uneixen els nodes.

A més d'exposar l'evolució de la densitat de la xarxa en general i com canvia el rol d'alguns actors específics, els gràfics mostren també la dinàmica dels sectors turístic i esportiu. Per fer-ho més clar es va assignar un color a cada actor segons els atributs que representava (veure Taula 18).

Taula 18 - Representació gràfica dels atributs dels actors

	Esportiu	Turístic	Altres
Colors			

Descripció i determinació de variables

La utilització de l'anàlisi de xarxes per entendre les propietats d'una xarxa pot tendir cap a una gran varietat de dimensions depenent de la finalitat de l'estudi. Considerant que la nostra és estudiar l'efecte de diferents edicions d'esdeveniments esportius en l'evolució de la connectivitat interna (o cohesió de la xarxa) i externa de les xarxes d'agents turístics i esportius, aquestes són les variables que haurem de tenir en compte:

Variables per mesurar la connectivitat interna o cohesió de la xarxa

En el cas de la nostra recerca es vol estudiar l'increment d'efectivitat a partir de l'augment de relacions i el creixement de components d'una relació (fortalesa), agrupant als actors segons si les seves relacions contenen el mateix tipus de relació (semblança) (Caroline, 1996) i també a partir del possible augment de la densitat. En aquest sentit considerarem les dades següents com a mostra de la variació en el grau de connectivitat interna (fortalesa i densitat):

- Modificació en el nombre de vincles entre els diferents agents: un increment en el nombre de lligams entre els diferents agents evidencia una major cohesió de la xarxa.
- Variació en el nombre de components (socials, personals o econòmics) en les diferents relacions: un augment en el nombre de components mostrarà una major fortalesa dels vincles i, per tant, de cohesió de la xarxa. En el nostre cas aquest càlcul l'hem realitzat sobre la matriu d'adjacència de totes les relacions establertes.
- La densitat. L'augment de la densitat mostrarà una major cohesió de la xarxa. En aquest cas el càlcul l'hem fet específicament en la matriu d'adjacència de totes les relacions que tenen, com a mínim, un component econòmic i social (relacions funcionals) per les raons explicades més amunt.

Variables per mesurar la connectivitat externa

Considerarem que hi ha un increment en el grau de capacitat d'innovació quan hi hagi resultats positius en relació a la cohesió de la xarxa i quan, a més, en les xarxes de relacions funcionals (component econòmic i social alhora) es presenti:

- Un augment d'actors exteriors amb qui estigui relacionada la xarxa local.
- Un augment del nombre d'unions entre agents locals i externs i de la densitat d'aquest lligam (relacionada amb els vincles possibles).
- Un augment del percentatge de relacions de col·laboració envers les de competició i cooperació.

Modularitat

L'estudi de la modularitat ens serveix per interpretar el comportament de la xarxa. Ens dona doncs una idea molt més clara de l'estructura de les xarxes abans d'analitzar l'evolució de diferents subgrups (àmbits turístic i esportiu i sectors privats, públics i associatius). Per explorar l'evolució modular de les xarxes hem seguit un procediment

molt sistemàtic en què primer estudiem si hi ha una estructura clara de cercle potent i perifèria difusa (*Core/Periphery*) i, a continuació, analitzem si existeixen subgrups definits clarament, i això ho fem explorant les *factions*. Dins d'aquesta segona anàlisi, comencem calculant l'algoritme de Girvan Newman per tenir una primera idea de com s'estructura la xarxa. Els resultats, tot i basar-se en unes dades molt clares, són també de caire molt descriptiu.

Relació entre sectors i àmbits

Una de les possibilitats de l'anàlisi social de xarxes és que ens permet estudiar com evolucionen determinats col·lectius d'actors, agrupats segons els seus atributs, en el sí de la xarxa. En aquest sentit, ens interessa, sobretot, explorar l'evolució de les relacions entre agents turístics i esportius, però també entre el sector privat, públic i associatiu.

En quant a la dinàmica de l'àmbit turístic i esportiu, ens interessa esbrinar si el que podria ser comunament acceptat com una evidència, es demostra a la pràctica, això és, que la implicació d'agents turístics i esportius en un projecte comú facilita la posterior creació de lligams entre actors.

Amb aquesta finalitat, la variable que ens interessarà seran les relacions que es generen entre els diferents àmbits esportiu i turístic comparat amb la variació de les relacions que es generen dins mateix dels dos grups. Un augment significatiu del nombre de relacions i la densitat de les relacions entre agents turístics i esportius apuntarà cap a una major vinculació dels dos sectors.

En quant a la relació entre els sectors públic, privat i associatiu, hi ha una àmplia literatura en tots els sectors: agricultura, salut, art, etc. Evidentment, també en l'àmbit del turisme (Bramwell & Lane, 2003), de l'esport (Mc Donald, 2005) i del turisme i esport (Webb, 2005; Weed & Bull, 2009). En el nostre cas ens interessa conèixer quina és la dinàmica de la implicació d'un i altre sector, qui comença agafant la iniciativa i quina és la participació d'altres actors al principi i al final.

Per començar hem tingut en compte les diferents quantitats d'actors segons els àmbits i els sectors per poder fer un càlcul proporcional.

En aquest sentit, a la Challenge les proporcions són molt semblants: hi ha tres actors esportius (clubs i la regidoria), tres turístics (l'hotel organitzador, l'associació i la regidoria) i quatre d' "altres" (consell comarcal, regidoria de serveis públics, associació de fotografia i de comerç). Els sectors queden repartits entre els quatre públics (les regidories i el consell comarcal), tres privats (turisme i comerç) i tres associatius (clubs i associació de fotografia).

A Transpyr, en canvi, hi ha diferències importants: 26 actors de l'àmbit esportiu i 20 actors de l'àmbit turístic. Això és així perquè el polític de contacte normalment és el d'esports, menys a Roses i Donostia que són els polítics de turisme. L'organitzador també es considera de l'àmbit esportiu. En quant als sectors, hi ha 27 actors del sector públic (tècnics de turisme i esport i polític implicat), 10 del sector privat (els representants del sector turístic i l'organitzador) i 9 del sector associatiu (clubs ciclistes).

Un cop hem tingut les dades fem un càlcul de la variació del nombre de relacions i de components que té cada sector sumant el nombre de relacions i components de cada integrant del sector i calculant la dada final segons la proporció del nombre d'actors del grup en comparació a la resta.

La segona dada que hem utilitzat per la comparació de sectors han estat els índexs de centralitat (*closeness*, *betweenness* i *degree*) particulars de cada un dels actors segons la seva implicació en xarxes on les relacions fossin funcionals. Això ens ha permès fer una primera llista segons cada índex on valorem com canvien les posicions en les diferents edicions.

Posteriorment, hem comparat de quins sectors són els actors que evolucionen cap amunt de la llista i quins disminueixen la seva importància. En aquest sentit se'ls ha donat un color a cada ú, el que ha permès una comparació més gràfica.

Finalment hem fet una comparació considerant només les dades de *closeness*. Aquesta decisió s'ha pres per dues raons. D'una banda és l'índex que valora la capacitat de l'actor de ser al punt neuràlgic. De l'altra, ens interessa estudiar l'evolució de la xarxa cap a una estructura en que tots els actors estiguin a prop de la resta, que hi hagi molta proximitat entre els actors. En el moment d'analitzar el *closeness* és necessari eliminar els elements aïllats de la xarxa (*isolates*), la qual cosa només ha estat necessari en la primera edició de la Challenge (Consell Comarcal) i la primera i segona de Transpyr (Organitzador i Club Ciclista Baztandarra i merament el Club Ciclista Baztandarra respectivament). Aquesta exigència de treballar amb elements vinculats d'una manera o altra no ens ha permès calcular el *closeness* de la primera edició de Transpyr doncs allà ens trobem amb nou elements isolats els uns dels altres.

També es mostren els índex de *betweenness* i de *degree* com a dades complementàries que expliquen millor el procés.

Diferències entre els esdeveniments

Per estudiar la diferència entre els tres esdeveniments s'han comparat els resultats particulars i s'ha analitzat alguna de les mesures.

Connectivitat interna o cohesió de la xarxa:

S'ha comparat la diferència en la variació del nombre de relacions, del nombre (i tipus) de components i de la densitat, sobretot a partir del percentatge de creixement a partir de la primera mesura. Aquest és l'aspecte que ens ha semblat més objectiu a l'hora de comparar esdeveniments amb gran diferència en el nombre d'actors.

Connectivitat externa:

En aquest cas s'ha fet servir la mateixa metodologia que per la cohesió de la xarxa. Comparar, a més de la variació absoluta de les dades que tenim al final de les dues edicions, la variació relativa. Ens interessa el nombre d'agents externs, el nombre de vincles i el grau d'evolució des de la cooperació a la col·laboració.

Modularitat:

Per la comparació de la modularitat no totes les dades ens donaven resultats comparables. En aquest sentit hem analitzat l'evolució absoluta a partir dels subgrups detectats a la primera medició i l'última i una descripció més qualitativa de les diferents faccions observades.

Dinàmica dels diferents subgrups:

Per comparar la diferència potencial en l'evolució de l'àmbit turístic i esportiu hem comparat la variació relativa del nombre de relacions, de components i la densitat entre els agents d'àmbits turístics i esportius.

Per comparar la diferència possible en la modificació d'importància dels sectors privats, públics i associatius es compara la variació relativa de la suma de relacions i components que té cada sector, sumant les relacions i components de cada actor que en forma part.

També s'ha fet una descripció més qualitativa de les taules d'índex de centralitat.

Com a resum d'aquest apartat de definició de variables, la

Taula 19 exposa les diferents variables escollides.

Taula 19 –Variables utilitzades

Sobre el creixement de la cohesió de la xarxa en cada esdeveniment	<ul style="list-style-type: none"> - Augment del nombre de relacions. - Augment del nombre de components. - Augment de la densitat en les xarxes funcionals locals.
Sobre el creixement de la connectivitat externa en cada esdeveniment	<ul style="list-style-type: none"> - Augment del nombre d'actors exteriors relacionats amb la xarxa local. - Augment de la densitat de les relacions entre agents interns i externs. - Increment de les relacions de col·laboració envers les de cooperació en els lligams externs.
Sobre la dinàmica de turisme i esport	<ul style="list-style-type: none"> - Variació del nombre de relacions i de densitat de la xarxa relacional funcional entre elements de l'àmbit turístic i esportiu.
Sobre la dinàmica de sector privat, públic i associatiu	<ul style="list-style-type: none"> - Variació del nombre de relacions i dels components dels agents segons el sector on pertanyin. - Augment de la centralitat mitjana dels actors privats en les xarxes funcionals locals.
Sobre la diferència entre els diferents esdeveniments	<ul style="list-style-type: none"> - Comparació del creixement relatiu de la cohesió de la xarxa i la connectivitat externa - Comparació de l'evolució modular

CAPÍTOL 3.- RESULTATS i ANÀLISI DE DADES

Impacte dels esdeveniments en les xarxes segons tipus d'esdeveniments

Challenge

Relacions entre agents locals implicats a la Challenge

Taula 20 - Matriu d'adjacència de la prova Challenge – tipus de components de les relacions. Situació inicial

1ª MESURA: SITUACIÓ INICIAL

Associació turística	Associació turística									
Hotel organitzador	econòmic social	Hotel organitzador								
Associació comercial	personal econòmic social	social	Associació comercial							
Club atletisme	social	social	social	Club atletisme						
Club nàutic	social		social	social	Club nàutic					
Associació fotografia	social	social	econòmic social	social	social	Associació fotografia				
Consell comarcal							Consell comarcal			
Regidoria turisme	econòmic social	social	econòmic social	social	social	econòmic social	social	Regidoria turisme		
Regidoria serveis socials	social	personal social	social	social	social	econòmic social	social	econòmic social	Regidoria serveis socials	
Regidoria esports	social	personal social	personal econòmic social	econòmic social	econòmic social	personal social		econòmic social	personal social	Regidoria esports

Taula 21 - Matriu d'adjacència de la prova Challenge – tipus de components de les relacions després d'una edició. Generació de Vincles

2ª MESURA (després d'una edició): GENERACIÓ DE VINCLES

Associació turística	Associació turística									
Hotel organitzador	econòmic social	Hotel organitzador								
Associació comercial	personal econòmic social	social	Associació comercial							
Club atletisme	econòmic social	personal econòmic social	social	Club atletisme						
Club nàutic	social	econòmic social	social	social	Club nàutic					
Associació fotografia	social	econòmic social	econòmic social	econòmic social	social	Associació fotografia				
Consell comarcal		econòmic social		econòmic			Consell comarcal			
Regidoria turisme	econòmic social	econòmic social	econòmic social	econòmic social	social	econòmic social	econòmic social	Regidoria turisme		
Regidoria serveis socials	social	personal econòmic social	social	social	social	econòmic social	social	personal econòmic social	Regidoria serveis socials	
Regidoria esports	social	personal econòmic social	personal econòmic social	econòmic social	econòmic social	personal social		econòmic social	personal social	Regidoria esports

Taula 22 - Matriu d'adjacència de la prova Challenge – tipus de components de les relacions després de dues edicions. Reforçament, afèbliment, manteniment

3ª MESURA (després de dues edicions): REFORÇAMENT, AFEBLIMENT, MANTENIMENT

Associació turística	Associació turística									
Hotel organitzador	personal econòmic social	Hotel organitzador								
Associació comercial	personal econòmic social	econòmic social	Associació comercial							
Club atletisme	econòmic social	personal econòmic social	social	Club atletisme						
Club nàutic	econòmic social	econòmic social	social	social	Club nàutic					
Associació fotografia	econòmic social	econòmic social	econòmic social	econòmic social	social	Associació fotografia				
Consell comarcal	econòmic	econòmic social		social			Consell comarcal			
Regidoria turisme	personal econòmic social	personal econòmic social	econòmic social	econòmic social	social	econòmic social	econòmic social	Regidoria turisme		
Regidoria serveis socials	social	personal econòmic social	social	social	social	econòmic social	social	personal econòmic social	Regidoria serveis socials	
Regidoria esports	econòmic social	personal econòmic social	personal econòmic social	econòmic social	econòmic social	personal social	econòmic	econòmic social	personal social	Regidoria esports

Relacions entre agents locals i agents externs implicats a la Challenge

Taula 23- Relacions entre agents locals i agents externs implicats a la Challenge. Situació inicial

1ª MESURA: SITUACIÓ INICIAL	Organització esportiva	Franquícia Challenge	Federació Catalana Triatló	Federació Espanyola Triatló	Secretaria General Esports	Agència Catalana Turisme	Universitat Mataró	Consejo Superior Deportes	Empreses esportives
Associació turística						Coop.			
Hotel organitzador									
Associació comercial									
Club atletisme					Coop.				
Club nàutic									
Associació fotografia									
Consell comarcal						Coop.	Coop.		
Regidoria turisme						Col-lab.			
Regidoria serveis socials									
Regidoria esports									

Taula 24 - Relacions entre agents locals i agents externs implicats a la Challenge. Generació de vincles

2ª MESURA: GENERACIÓ DE VINCLES	Organització esportiva	Franquícia Challenge	Federació Catalana Triatló	Federació Espanyola	Secretaria General Esports	Agència Catalana	Universitat Mataró	Consejo Superior	Empreses esportives
Associació turística	Col·lab.					Col·lab.			
Hotel organitzador	Col·lab.	Col·lab.	Col·lab.	Col·lab.					
Associació comercial	Col·lab.								
Club atletisme	Col·lab.		Col·lab.		Col·lab.			Col·lab.	
Club nàutic	Coop.								
Associació fotografia	Col·lab.								
Consell comarcal	Col·lab.	Coop.	Col·lab.		Col·lab.	Col·lab.	Col·lab.		Col·lab.
Regidoria turisme	Col·lab.	Coop.	Col·lab.			Col·lab.			
Regidoria serveis socials	Col·lab.	Coop.							
Regidoria esports	Coop.				Coop.				

Taula 25 - Relacions entre agents locals i agents externs implicats a la Challenge. Reforçament, afebliment, manteniment

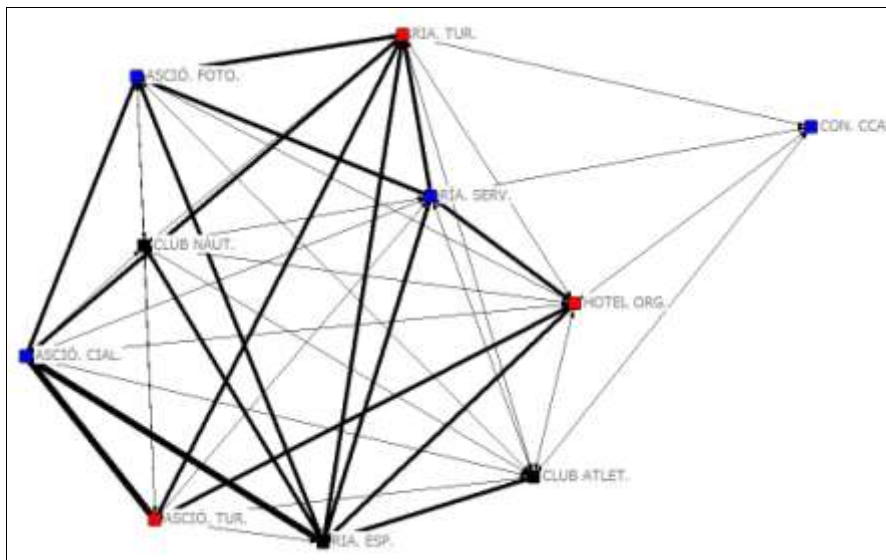
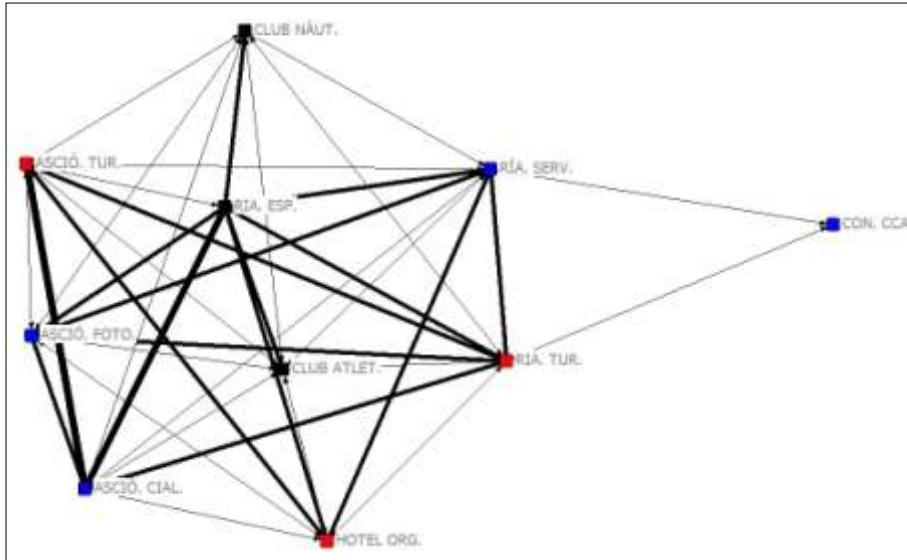
3a MESURA: REFORÇAMENT, AFEBLIMENT, MANTENIMENT	Organització esportiva	Franquícia Challenge	Federació Catalana	Federació Espanyola	Secretaria General	Agència Catalana	Universitat Mataró	Consejo Superior	Empreses esportives
Associació turística	Col·lab.					Col·lab.			Coop.
Hotel organitzador	Col·lab.	Col·lab.	Col·lab.	Col·lab.		Col·lab.		Col·lab.	Coop.
Associació comercial	Col·lab.								
Club atletisme	Col·lab.		Col·lab.		Col·lab.			Col·lab.	
Club nàutic	Coop.								
Associació fotografia	Col·lab.								
Consell comarcal	Col·lab.	Coop.	Col·lab.		Col·lab.	Col·lab.	Col·lab.		Col·lab.
Regidoria turisme	Col·lab.	Coop.	Col·lab.			Col·lab.		Coop.	
Regidoria serveis socials	Col·lab.	Coop.							
Regidoria esports	Coop.				Coop.				Coop.

Connectivitat interna o cohesió de la xarxa

Modificació en el número de components de cada relació

1ª edició

Figura 18 - Comparació entre la xarxa relacional d'abans i després de la primera edició de Challenge.



El gràfic de les xarxes de relacions de la primera i la segona edició distingeixen el nombre de components de cada un dels vincles. Gràcies al fet de ser valuades, ens permeten endevinar no només un augment de les relacions, sinó també unes relacions més fortes entre agents del territori. Explicaria, doncs, un augment de la cohesió de la xarxa i també dels vincles.

Taula 26. Número de components en cada relació entre abans i després de la primera edició de Challenge

Número de components	Abans de Challenge	Percentatge del total	Després primera edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Evolució
Relacions unidimensionals	21	56,76%	15	37,50%	-6	-29%
Component social	21	100,00%	14	93,33%	-7	-33%
Component personal	0	0,00%	0	0,00%	0	0%
Component econòmic	0	0,00%	1	6,67%	+ 1	0%
Relacions bidimensionals	14	37,84%	19	47,50%	+ 5	+ 36%
Funcionals	10	71,43%	17	89,47%	+ 7	+ 70%
Latents	4	28,57%	2	10,53%	-2	-50%
Aïllades	0	0,00%	0	0,00%	0	0%
Relacions completes	2	5,41%	6	15,00%	+ 4	+ 200%
Total components socials	37	67,27%	39	54,93%	+ 2	+ 5%
Totals components personals	6	10,91%	8	11,27%	+ 2	+ 33%
Total components econòmics	12	21,82%	24	33,80%	+ 12	+ 100%
Total relacions	37		40		+ 3	+ 8%
Total components	55		71		+ 16	+ 29%

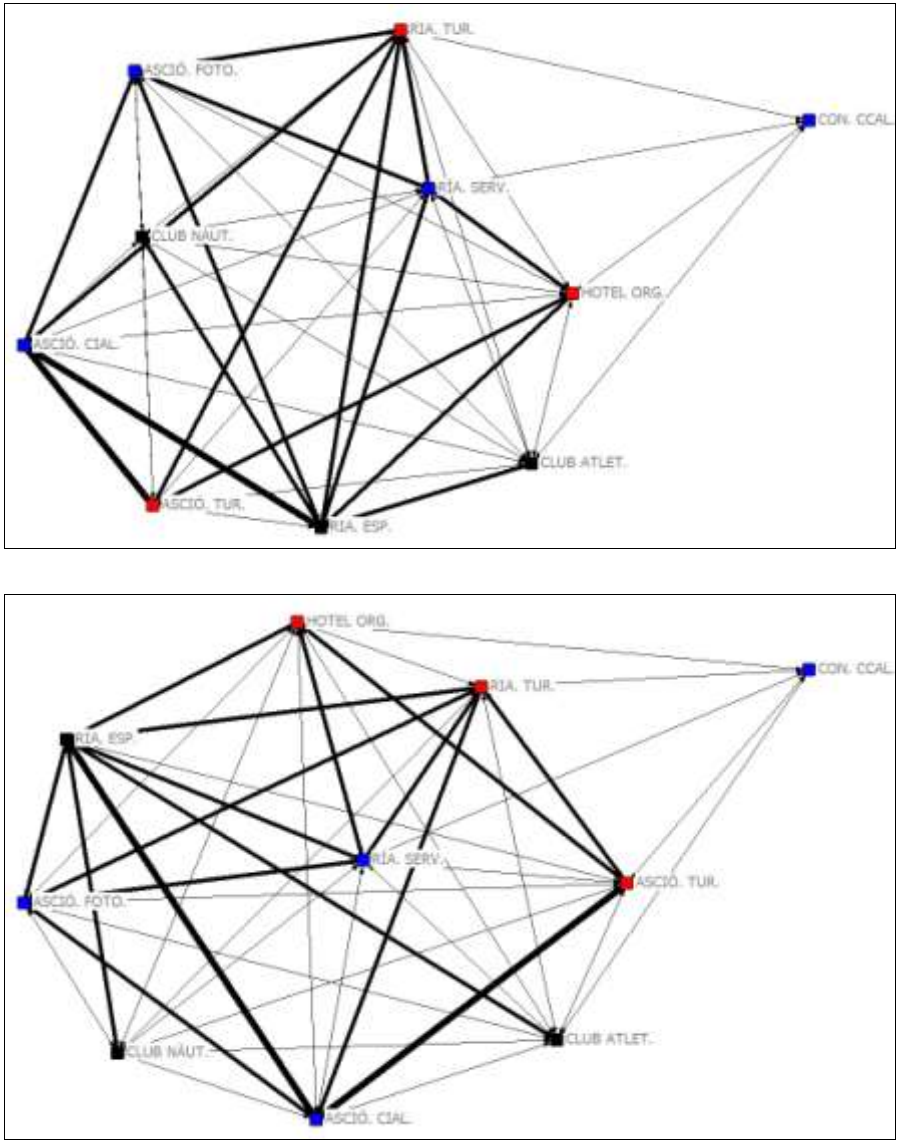
Abans de la Challenge, la majoria eren relacions unidimensionals (56'76%) i totes elles el què tenien era el component social. Les relacions bidimensionals eren el 37,84% del total, i d'elles les més freqüents eren les funcionals (és a dir, on hi coincidien els components econòmics i socials) amb un 71,43% de les relacions bidimensionals, seguit de les latents amb un 28,57 i amb absència total de les aïllades. De relacions completes només n'hi havia dues, representant el 5,41% de tots els lligams. La gran majoria de components entre tots els tipus de relacions eren els socials amb un 67,27%, seguit dels econòmics (21,82%) i finalment dels personals (10,91%). Cal recordar que Calella no és un municipi molt gran i per tant és fàcil que els habitants tinguin algun tipus de vincle social entre ells.

Després d'una edició veiem que el percentatge de relacions unidimensionals disminueix en un 29,69% apareixent, a més, una relació merament econòmica. Aquesta disminució s'explica per l'augment dels vincles bidimensionals en un 36% i dels complets en un 200% (és a dir, passen de dues a sis unions). Dins de les primeres, l'augment més important és de les funcionals (70% d'augment) a costa de les latents. Si comptem els components de tot tipus de relació, veiem que el que més ha augmentat ha sigut l'econòmic, que s'ha doblat, seguit pel personal i en menor mesura el social. En resum, el nombre de lligams ha passat de 37 a 40, que representa un augment del 8%, mentre que els components han augmentat de 55 a 71, una diferència de 16 components més, que representa un creixement del 29%.

L'estudi de la taula 7.1.1 presenta per sobre de tot una pujada del nombre de relacions i de components, que es un fet prou indicador de que hi ha una major connectivitat. A més, aquest augment es deu sobretot al reforçament dels vincles, més que a creació de nous lligams. Les relacions unidimensionals disminueixen mentre incrementen les bidimensionals i especialment les completes. Un altre aspecte interessant és adonar-se de que aquesta ampliació es deu sobretot a l'increment del component econòmic, la qual cosa era d'esperar, no deixem de parlar d'un projecte empresarial. Tot i això, cal destacar l'ascens del component personal, que representa una implicació més profunda dels agents.

2ª edició

Figura 19 - Comparació entre la xarxa relacional de després de la primera edició i de després de la segona edició de Challenge



La comparació de les dues imatges ens mostra un augment molt més subtil de les relacions i de la seva fortalesa. El creixement continua però no és tan radical.

Taula 27 - Número de components en cada relació entre després de la primera i després de la segona edició de Challenge

Número de components	Després primera edició	Percentatge del total	Després segona edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Evolució
Relacions unidimensionals	15	37,50%	13	30,95%	-2	-13%
Component social	14	93,33%	11	84,62%	-3	-21%
Component personal	0	0,00%	0	0,00%	0	0%
Component econòmic	1	6,67%	2	15,38%	+ 1	+ 100%
Relacions bidimensionals	19	47,50%	20	47,62%	+ 1	+ 5%
Funcionals	17	89,47%	18	90,00%	+ 1	+ 6%
Latents	2	10,53%	2	10,00%	0	0%
Aïllades	0	0,00%	0	0,00%	0	0%
Relacions completes	6	15,00%	9	21,43%	+ 3	+ 50%
Total components socials	39	54,93%	40	50,00%	+ 1	+ 3%
Totals components personals	8	11,27%	11	13,75%	+ 3	+ 38%
Total components econòmics	24	33,80%	29	36,25%	+ 5	+ 21%
Total relacions	40		42		+ 2	+ 5%
Total components	71		80		+ 9	+ 13%

Un cop realitzada la segona edició i si ho comparem amb les de l'any anterior, les dades indiquen que el percentatge de relacions unidimensionals continua disminuint, passant de 37,50% de tots els lligams al 30'95 amb una presència lleugerament superior de relacions merament econòmiques. Les unions bidimensionals creixen en un percentatge menor passant del 47,50 de totes les relacions al 47,62% el què suposa un augment del 5%, sempre ajudades pels vincles funcionals que ja són el 90% de totes les relacions bidimensionals. Finalment, les unions completes són les que puguen més de forma relativa, passant del 15% al 21,43% de totes les relacions, és a dir un 50%

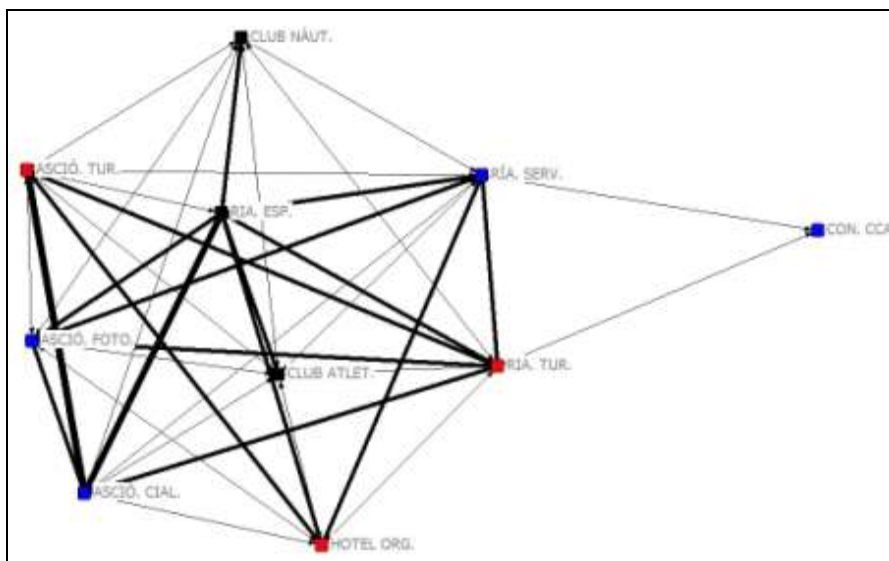
d'augment. Considerant la suma de tots els components dels diferents tipus de lligam veiem com els components socials, tot i augmentar en nombres absoluts (de 39 a 40) continua baixant en percentatge i aquesta disminució es veu compensada per l'increment del 21% dels components econòmics i, especialment en aquesta edició en un 38% de creixement del component personal.

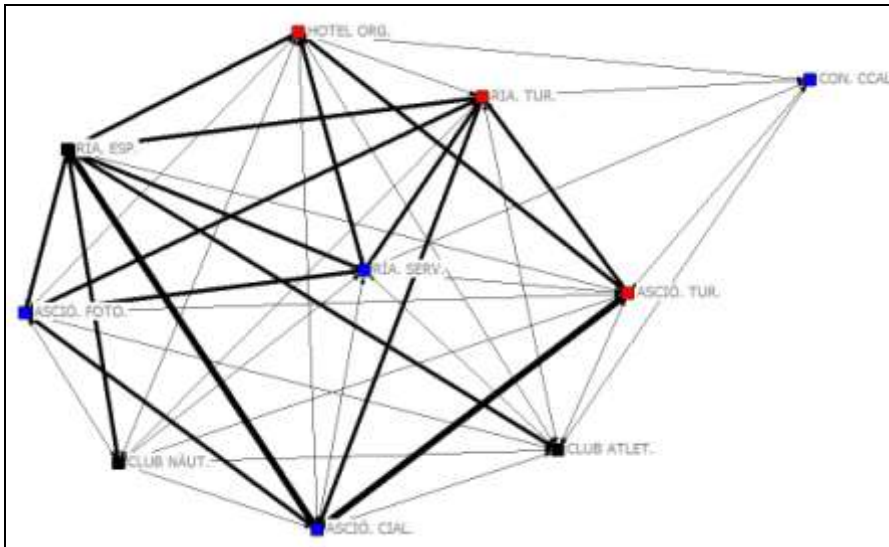
En total, en aquesta segona edició el nombre de relacions no ha augmentat tant, només de 40 a 42, el què representa un increment del 5%, mentre que els components creixien de 9, és a dir, una pujada del 13%.

En resum, en la segona edició es manté la tendència de creixement tot i que es relaxa lleugerament i se'ns llegeix amb més força aquesta tendència al reforçament de les relacions amb un increment més pronunciat dels components personals. També apuntar que la majoria d'unions totals que es formen sorgeixen de les relacions funcionals, tot i que també hi ha algun exemple de vincle latent que incorpora un nou component.

Total

Figura 20 - Comparació entre la xarxa relacional d'abans de la primera edició de Challenge i després de la segona edició





El fet de comparar dues imatges que mostren una diferència de dues edicions fa molt més clar el creixement de la cohesió de la xarxa i dels vincles

Taula 28 - Número de components en cada relació entre abans de Challenge i després de la segona edició

Número de components	Abans de Challenge	Percentatge del total	Després 2ª edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Evolució
Relacions unidimensionals	21	56,76%	13	30,95%	-8	-38%
Component social	21	100,00%	11	84,62%	-10	-48%
Component pers.	0	0,00%	0	0,00%	0	0%
Component econ.	0	0,00%	2	15,38%	+ 2	#DIV/0!
Relacions bidimensionals	14	37,84%	20	47,62%	+ 6	+ 43%
Funcionals	10	71,43%	18	90,00%	+ 8	+ 80%
Latents	4	28,57%	2	10,00%	-2	-50%
Aïllades	0	0,00%	0	0,00%	0	0%
Relacions completes	2	5,41%	9	21,43%	+ 7	+ 350%
Total components socials	37	67,27%	40	50,00%	+ 3	+ 8%
Total components personals	6	10,91%	11	13,75%	+ 5	+ 83%
Total components econòmics	12	21,82%	29	36,25%	+ 17	+ 142%
Total relacions	37		42		+ 5	+ 14%
Total components	55		80		+ 25	+ 45%

Aquesta taula, que mostra l'evolució total en el nombre absolut i relatiu de relacions i components i el seu tipus, permet estudiar, sobretot, quin ha estat el creixement. Així, el percentatge de vincles unidimensionals ha anat disminuint passant de ser la majoria amb un 56,76% a només un 30,95%, el que representa una baixada del 38% amb l'aparició de dues relacions únicament econòmiques. Els lligams bidimensionals augmenten un 43%, passant del 37,84% al 47,62% del total, essent el creixement més important el de les relacions funcionals, mentre que les latents han anat disminuint. De vincles aïllats no n'hi ha hagut mai. La variació més important en nombres relatius ha estat el de les unions completes que han augmentat de 2 a 9 relacions, el que representa una ampliació del 350%.

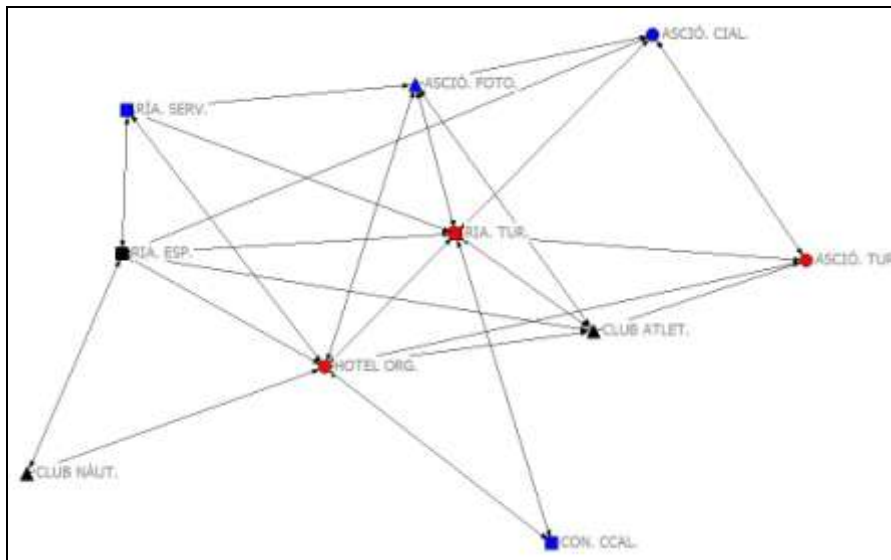
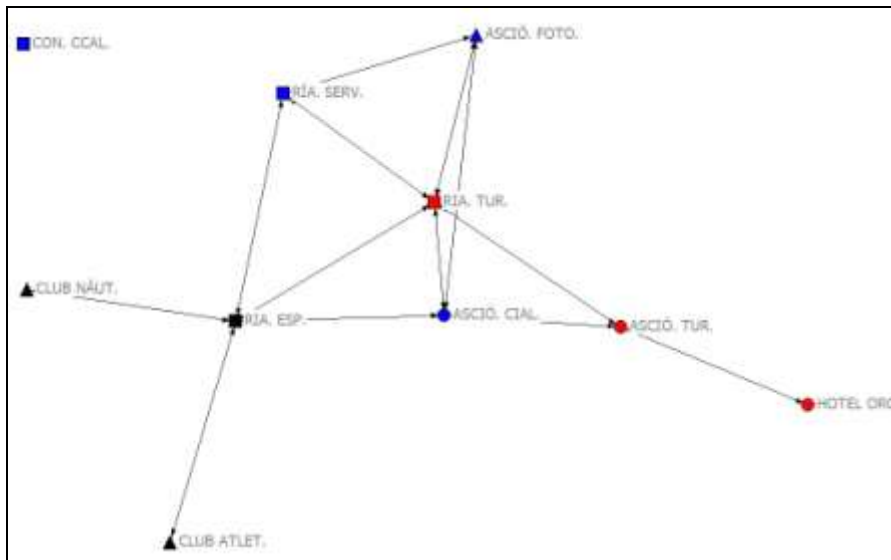
Si comptem els components de tot tipus de relació veiem que, tot i que la meitat dels components són socials (50%), el que més ha augmentat ha sigut l'econòmic, que ha crescut un 142% i representa ja un 36,25% de tots els components, mentre que el nombre de components personals ha augmentat també (83%), passant de ser gairebé un 11% de tots els components, a un 13,75%. En resum, el nombre de relacions ha passat de 37 a 42, que representa un creixement del 14%, mentre que els components han augmentat de 55 a 80, una diferència de 25 components més que representa un increment del 45%.

En resum, podem deduir fàcilment que hi ha hagut un reforçament dels lligams entre els agents implicats, amb poca incidència en l'aspecte social, que era el més present a l'inici i una tendència progressiva a enfortir aspectes econòmics i personals.

Modificació en la densitat de la xarxa de relacions funcionals

1^a edició

Figura 21 - Comparació entre la xarxa relacional funcional d'abans i després de la primera edició de CHALLENGE



Els gràfics de les xarxes amb lligams funcionals o complets mostren un canvi espectacular i l'assimilació de l'únic agent que estava aïllat a l'inici del procés. La xarxa es mostra més completa i anuncia un canvi en la importància d'alguns actors que es trobaven a la perifèria al començament i que ara ocupen un lloc més central.

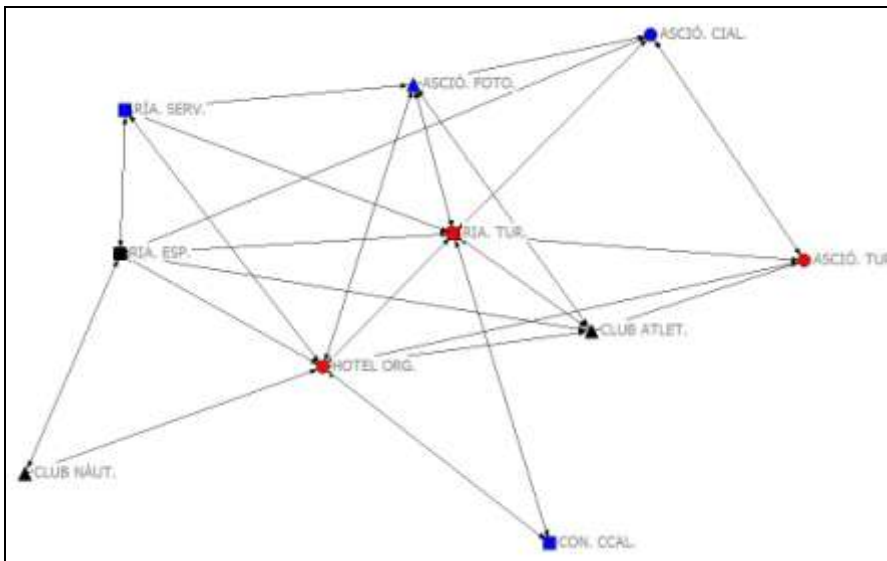
Taula 29 - Diferència en la densitat de les xarxes funcionals entre abans i després de la primera edició de Challenge

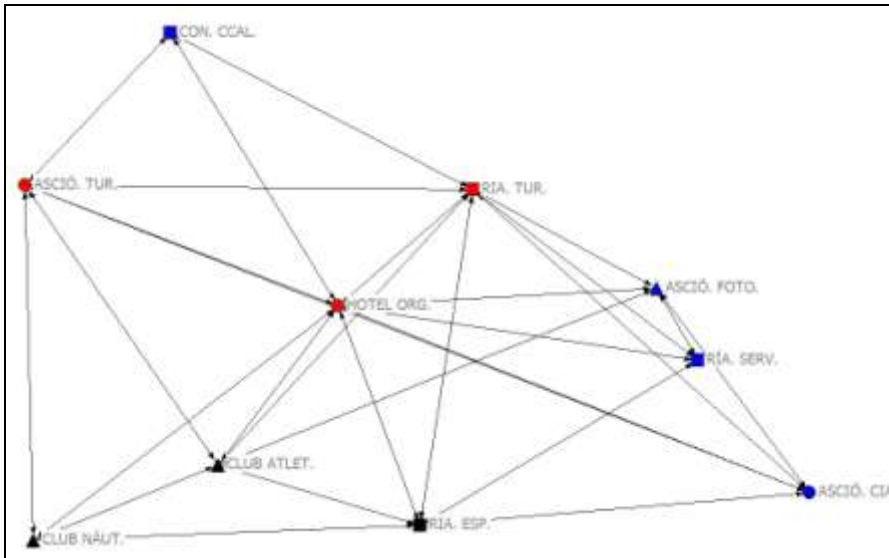
	Abans de Challenge	Després primera edició	Diferència absoluta	Diferència relativa
Densitat de la xarxa	28,89	53,33	+ 24,44	+ 85%
Average Degree (mean)	2,6	4,8	+ 2,2	+ 85%

L'augment de 24,44 punts en la densitat absoluta, que passa de 28,89 a 53,33, i relativa, que puja el 85%, és més que notable, gairebé es dobla. Aquest augment relatiu és idèntic a l'*average Degree*, que passa de 2,6 a 4,8.

2^a edició

Figura 22 - Comparació entre la xarxa relacional funcional de després de la primera edició i de després de la segona edició de Challenge.





L'augment de relacions funcionals no és tan evident, però sí la redistribució de forces, amb un organitzador hotelier més central.

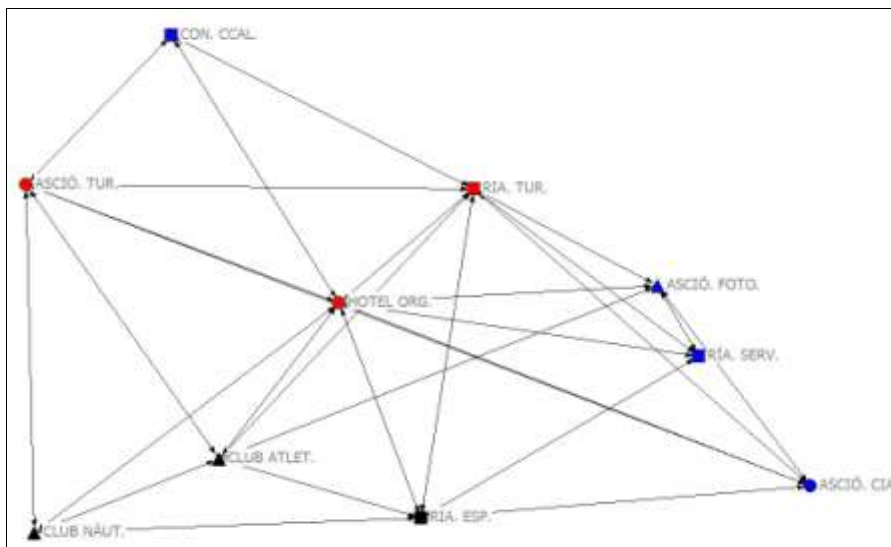
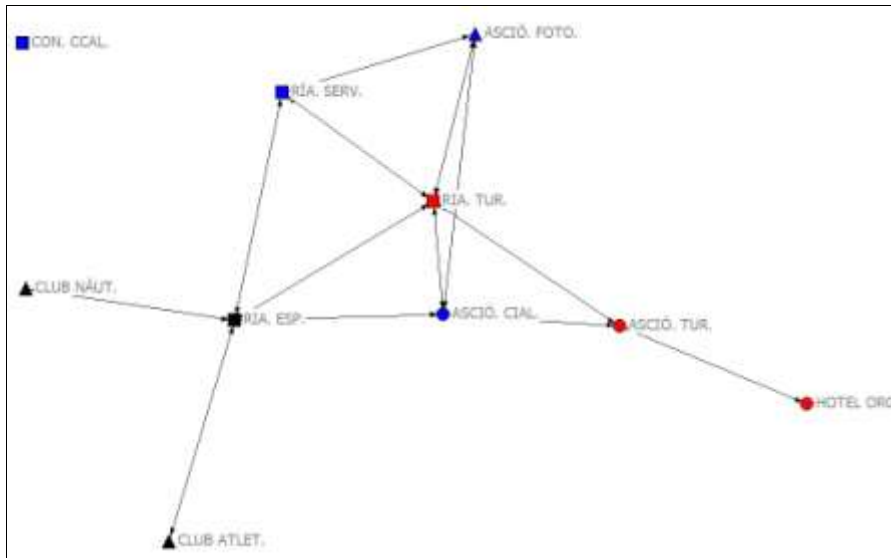
Taula 30 - Diferència en la densitat de les xarxes funcionals entre després de la primera i de la segona edició de Challenge

	Després primera edició	Després segona edició	Diferència absoluta	Diferència relativa
Densitat	53,33	62,22	+ 8.89	+ 17%
Average Degree (mean)	4,8	5,6	+ 0,8	+ 17%

En la segona edició l'ascens és d'un 17%. S'observa doncs que continua l'increment tot i que es modera molt.

Total

Figura 23 - Comparació entre la xarxa relacional funcional d'abans de la primera i després de la segona edició de Challenge



La comparació dels gràfics de les xarxes de lligams funcionals d'abans i després de dues edicions és més que representatiu amb una proliferació de noves connexions i una redistribució notable dels actors, especialment l'hotel organitzador, que d'una situació marginal es col·loca al centre, i del club d'atletisme, que també agafa certa rellevància.

Taula 31 - Diferència en la densitat de les xarxes funcionals entre abans de Challenge i després de la segona edició

	Abans de Challenge	Després segona edició	Diferència absoluta	Diferència relativa
Densitat	28,89	62,22	+ 33,33	+ 115%
Average Degree (mean)	2,6	5,6	+ 3,0	+ 115%

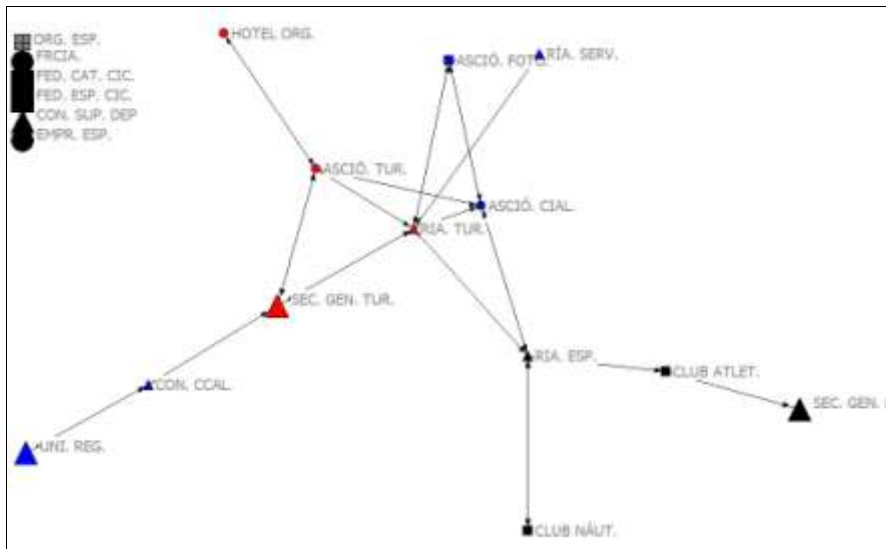
En resum, les taules 7.2.3 no deixen massa lloc al dubte. La densitat s’ha multiplicat passant de 28,89 a 62,22 amb un augment del 115% i anuncia unes xarxes més atapeïdes i connectades.

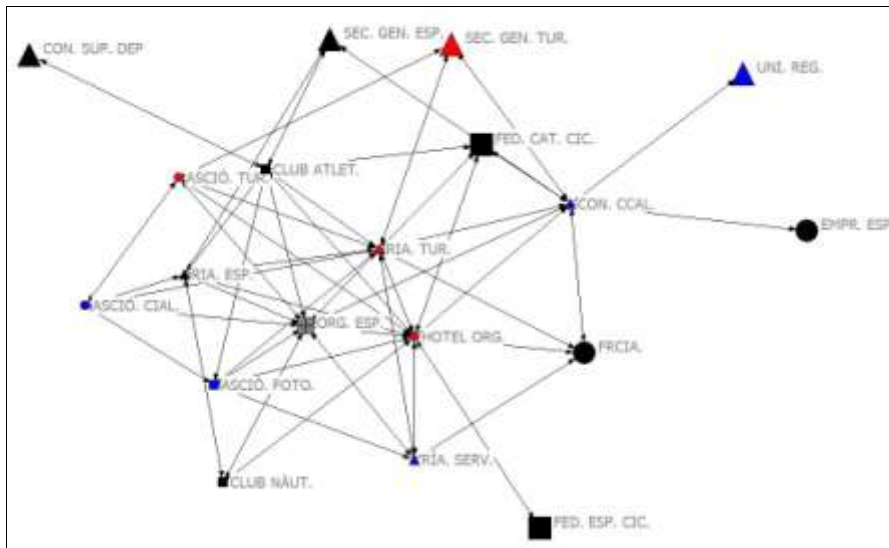
Connectivitat Externa

Modificació en el número d’agents externs

Primera edició

Figura 24 - Comparació entre les xarxes externes d’abans i després de la primera edició de Challenge





La comparació dels gràfics dels lligams externs dels actors implicats en la Challenge exposa un canvi espectacular, que no deixa de ser, en part, esperat. Un nou projecte representa l'entrada de nous actors. El que és interessant del gràfic és que ens apareix una connectivitat molt repartida. Podríem esperar que hi hagués un núvol de nous agents externs que es relacionés amb un nucli molt reduït d'actors, però no sembla que aquest sigui el cas.

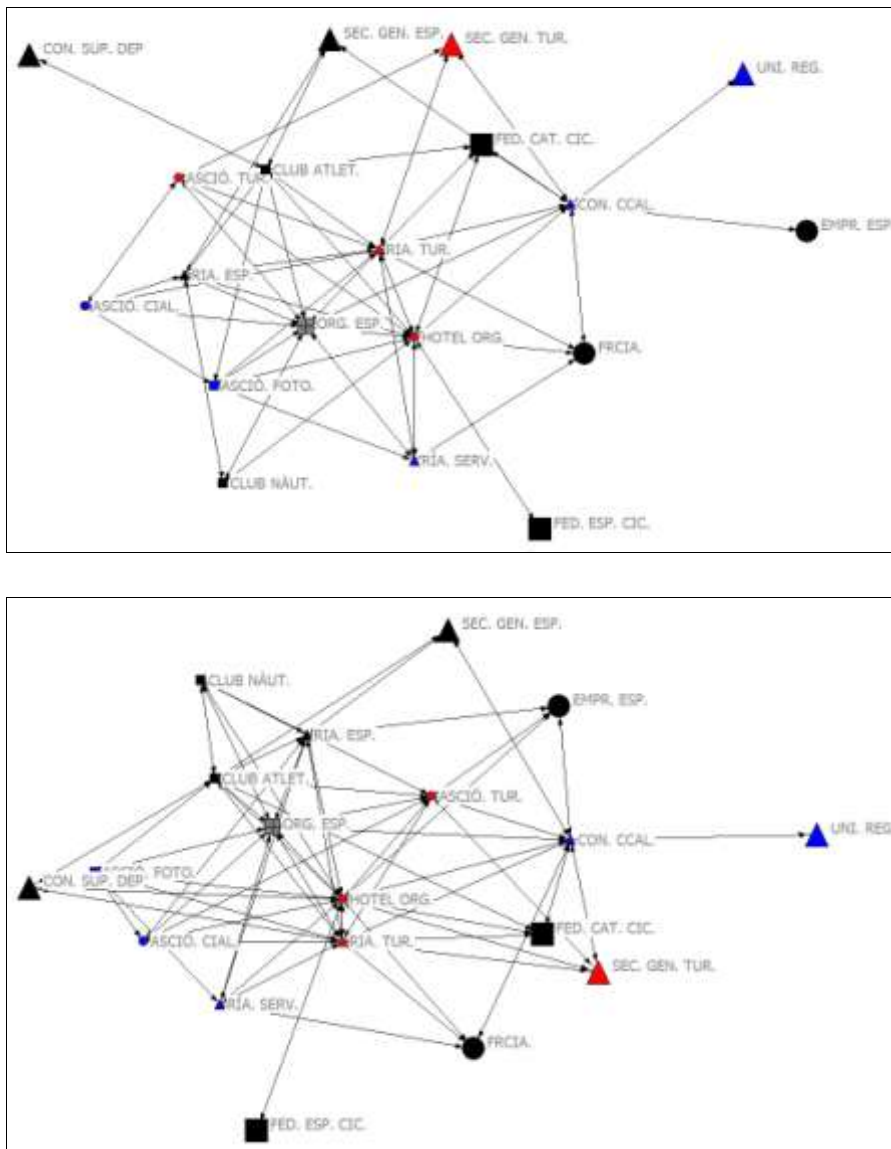
Taula 32 - Diferència en el número d'agents externs entre abans i després de la primera edició de Challenge

	Abans de Challenge	Després primera edició	Diferència absoluta	Diferència relativa
Número d'agents externs	3	9	+ 6	+200%

La pujada del nombre d'elements externs de tres a nou, equivalent a un augment del 200%, és prou contundent com per ser significativa.

Segona edició

Figura 25 - Comparació entre les xarxes externes d'abans i després de la primera edició de Challenge



Tal com hem anat observant en altres mesures, en la segona edició l'evolució es modera, no s'observa cap nou actor tot i que es continua veient un major nombre de relacions i, sobretot, menys actors aïllats, doncs l'empresari esportiu té més vincles, així com el Consejo Superior de Deportes, que s'integra més clarament.

La comparació entre les il·lustracions de les xarxes externes d'abans i després de dues edicions indiquen ja quin ha estat el paper de la Challenge en la generació de relacions entre la trama d'agents locals més implicats (relacions funcionals) i els representants externs, amb una integració força evident en la xarxa local.

Taula 34 - Diferència en el número de d'agents externs entre abans de la Challenge i després de la segona edició

	Abans de Challenge	Després segona edició	Diferència absoluta	Diferència relativa
Número d'agents externs	3	9	+ 6	+200%

Cal recordar que l'augment de sis nous actors externs es produeix en la primera edició.

Modificació en el nombre de vincles entre agents externs i interns

Primera edició

Taula 35 - Diferència entre abans i després de la primera edició de Challenge en el nombre de vincles i la densitat de la xarxa (relacionada amb els vincles possibles) entre els agents externs i interns

	Abans de Challenge	Després primera edició	Diferència	Diferència relativa
Nombre de vincles	5	28	+ 23	+ 460,00%
Densitat de la xarxa	5,6	31,1	+ 25,5	+ 455,36%

Aquesta taula ens permet estudiar més profundament quina ha estat l'evolució de la integració d'actors externs a la xarxa inicial. Així, a més d'haver-hi sis nous actors, com es mostrava a l'apartat anterior, el nombre de vincles entre agents locals i externs passa de 5 a 28, quadruplicant-se la mesura. El mateix passa amb la densitat, que augmenta d'un 25,5.

Segona edició

Taula 36 - Diferència entre després de la primera i la segona edició de Challenge en el nombre de vincles i la densitat de la xarxa (relacionada amb els vincles possibles) entre els agents externs i interns

	Després primera edició	Després segona edició	Diferència	Diferència relativa
Nombre de vincles	28	34	+ 6	+ 21,43%
Densitat de la xarxa	31,1	37,8	+ 6,7	+ 21,54%

Tot i observar-se, de nou, moderació en el creixement, aquesta segona mesura ens demostra que tot i no haver-hi augment d'agents externs, sí que hi ha una major connectivitat. El nombre de vincles s'incrementa en 6, el què vol dir un augment del 21,43%. La densitat per la seva part passa de 31,1 a 37,8.

Total

Taula 37 - Diferència entre abans de Challenge i la segona edició en el nombre de vincles i la densitat de la xarxa (relacionada amb els vincles possibles) entre els agents externs i interns

	Abans de Challenge	Després segona edició	Diferència	Diferència relativa
Nombre de vincles	5	34	+ 29	+ 580,00%
Densitat de la xarxa	5,6	37,8	+ 32,2	+ 575,00%

Els nombres són clars i contundents. La capacitat de la Challenge de crear vincles i reforçar la densitat amb actors externs es materialitza en un 580% d'increment de vincles i densitat.

Modificació en el tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002)

Primera edició

Taula 38 - Comparació entre tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002) entre abans i després de la primera edició de Challenge

Tipus de components	Abans de Challenge	Percentatge del total	Després primera edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Diferència del percentatge
Relacions de cooperació	4	80,00%	6	21,43%	+ 2	-59%
Relacions de col·laboració	1	20,00%	22	78,57%	+ 21	+ 59%
Total	5		28		+ 23	

Una altra dada complementària a l'augment del nombre i a l'increment de vincles amb agents externs és apreciar si les relacions creades, a més, es fortifiquen. Abans de la Challenge hi havia 4 relacions de cooperació i una de col·laboració. Les dades extretes ens despleguen un escenari clar en què els lligams de cooperació, tot i augmentar de 2 en una edició de la Challenge, la seva proporció en el total de relacions locals – externes, baixa d'un 60% comparades amb les de col·laboració, que tenen una projecció més estratègica i exigeixen una major complicitat i participació (Watkins & Bell, 2002). Per la seva part, les unions de col·laboració, que en principi només eren el 20% de totes les relacions, després representen el 78,57% de les mateixes.

Segona edició

Taula 39 - Comparació entre tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002) entre després de la primera i la segona edició de Challenge

Tipus de components	Després primera edició	Percentatge del total	Després segona edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Diferència del percentatge
Relacions de cooperació	6	21,43%	10	29,41%	+ 4	+ 8%
Relacions de col·laboració	22	78,57%	24	70,59%	+ 2	-8%
Total	28		34		+ 6	

L'evolució de les dades en l'edició posterior matisa aquell creixement tan espectacular del principi amb un augment de quatre relacions de cooperació i dues de col·laboració. Aquest increment matisa lleugerament la proporció dels diferents tipus de vincles amb els actors externs amb una pujada del 8% de les relacions de cooperació. Això és degut a que en aquesta edició comencen a aparèixer empreses satèl·lit que entraran en el sistema de l'esdeveniment però que la seva presència no és imprescindible. Arriben com a proveïdors puntuals o col·laboradors que proposen serveis opcionals, però que si canvien d'edició en edició no representa una gran transformació.

Total

Taula 40 - Comparació entre tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002) entre abans de Challenge i després de la segona edició

Tipus de components	Abans de Challenge	Percentatge del total	Després segona edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Diferència del percentatge
Relacions de cooperació	4	80,00%	10	29,41%	+ 6	-50,59%
Relacions de col·laboració	1	20,00%	24	70,59%	+ 23	+50,59%
Total	5		34		+ 29	

En resum, una augment espectacular en la proporció de relacions de col·laboració que passa d'haver-hi només una a 24 i, per tant, ser majoria absoluta en relació als lligams de cooperació, que en principi eren el 80% de tots els vincles i acaben essent encara no el 30%. Les dades, doncs, ens permeten pensar en una fortalesa de la base organitzativa.

Modularitat

L'estudi de la modularitat s'ha fet sobre les xarxes relacionals funcionals (és a dir, aquelles que consideraven només les relacions que tenien els components social i econòmic, de la Challenge, abans i després de les successives edicions).

Abans de Challenge

Core / Periphery

Taula 41 - Matriu de densitat del model Centre / Perifèria de les relacions funcionals abans de la Challenge

	1	2
1	0,667	0,125
2	0,125	0,000

Podem parlar de centre/perifèria, ja que el requadre primer (1/1) és major que els dos requadres idèntics en diagonal (1/2 i 2/1), que al mateix temps tenen un número major que el requadre final (2/2).

Taula 42 - Llistat d'agents al centre (Core) i a la perifèria (Periphery) en la xarxa de relacions funcionals abans de la Challenge

Centre:	Perifèria
<ul style="list-style-type: none">- Associació turística- Regidoria serveis- Associació comercial- Associació fotogràfica- Regidoria esports- Regidoria Turisme	<ul style="list-style-type: none">- Consell Comarcal- Hotel Organitzador- Club Atletisme- Club Nàutic

L'estudi d'aquestes dades de la taula de densitat del model centre/perifèria consolida aquesta imatge del nucli una mica més dens i una perifèria disgregada que, a més no té cap vinculació entre ella. Els actors que estan al centre, són també els que tenen més centralitat.

Factions

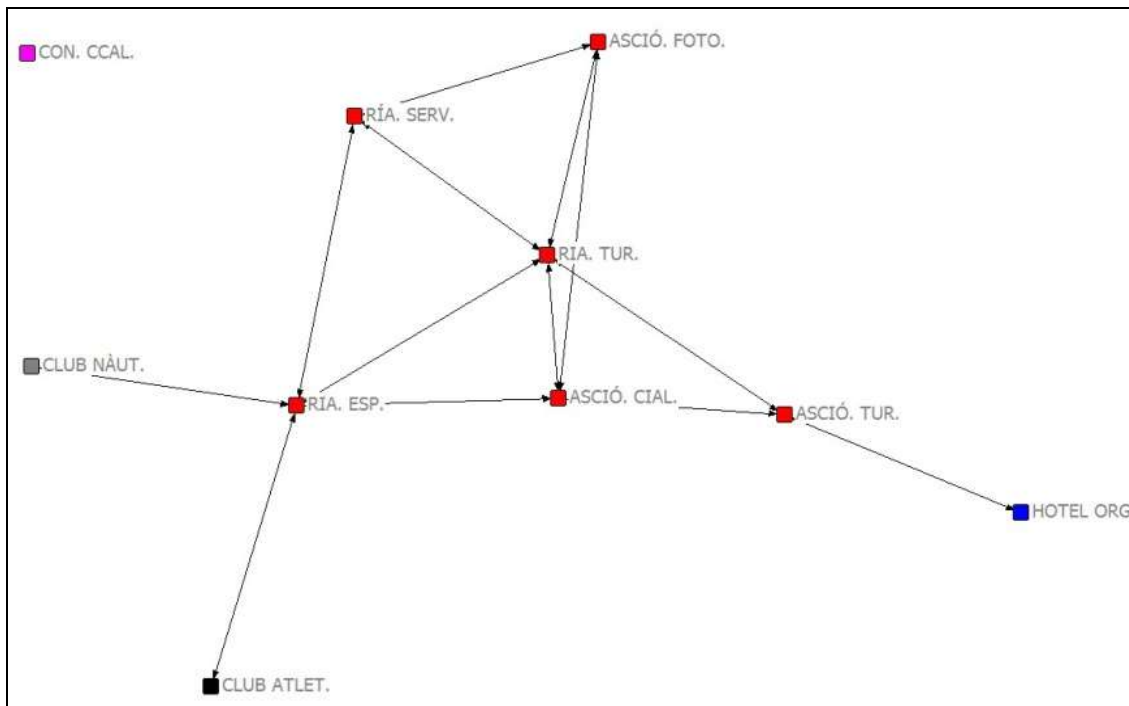
Algoritme Girvan Newmann:

Taula 43 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional abans de la Challenge

Divisió en 4 clústers:	Q = -0.018
Divisió en 5 clústers:	Q = 0.006
Divisió en 9 clústers:	Q = -0.142

El càlcul de l'algoritme Girvan Newmann ens fa pensar que la partició podria ser de cinc clústers, ja que el resultat més elevat és el d'aquesta divisió.

Figura 27 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional abans de la Challenge



Els cinc clústers en què es separa la xarxa de relacions funcionals abans de Challenge es basa en un nucli més dens de color vermell i tots aquells agents isolats o pendents (només un nexa) se'ls considera clústers específics, cada ú amb el seu color.

Taula 44 - Densitat de les taules de l'anàlisi de xarxes funcionals abans de la Challenge considerant cinc *factions*

	1	2	3	4	5
1		0	0	0,2	
2	0	1	0	0,2	0
3	0	0		0	0
4	0,2	0,2	0	0,8	0,2
5	0	0	0	0,2	

El càlcul de *factions* ens deixa clar que no es pot parlar d'aquesta estructura en aquest cas, ja que perquè això fos així, la diagonal que va de 1/1 a 5/5 hauria d'apropar-se a 1. Si bé és veritat que hi ha dos valors que s'hi apropen, els altres tres no.

Després de la primera edició de Challenge

Core / Periphery

Taula 45 - Matriu de densitat del model Centre / Perifèria de les relacions funcionals després de la primera edició de la Challenge

	1	2
1	0,900	0,560
2	0,560	0,100

Per les mateixes raons que les explicades a l'apartat anterior, podem considerar una estructura amb centre i perifèria ben marcada.

Taula 46 - Llistat d'agents al centre (*Core*) i a la perifèria (*Periphery*) en la xarxa de relacions funcionals després de la primera edició de la Challenge

Centre:	Perifèria:
- Hotel Organitzador	- Consell Comarcal
- Regidoria Turisme	- Associació turística
- Club Atletisme	- Associació comercial
- Associació fotogràfica	- Club Nàutic
- Regidoria esports	- Regidoria serveis

S'observa una progressiva connexió de la perifèria amb un centre més dens i, de manera significativa, es pot apreciar el moviment d'alguns actors cap al centre (hotel organitzador i club d'atletisme), mentre que altres passen a formar part d'aquesta perifèria menys gasosa (especialment la regidoria de serveis).

Factions

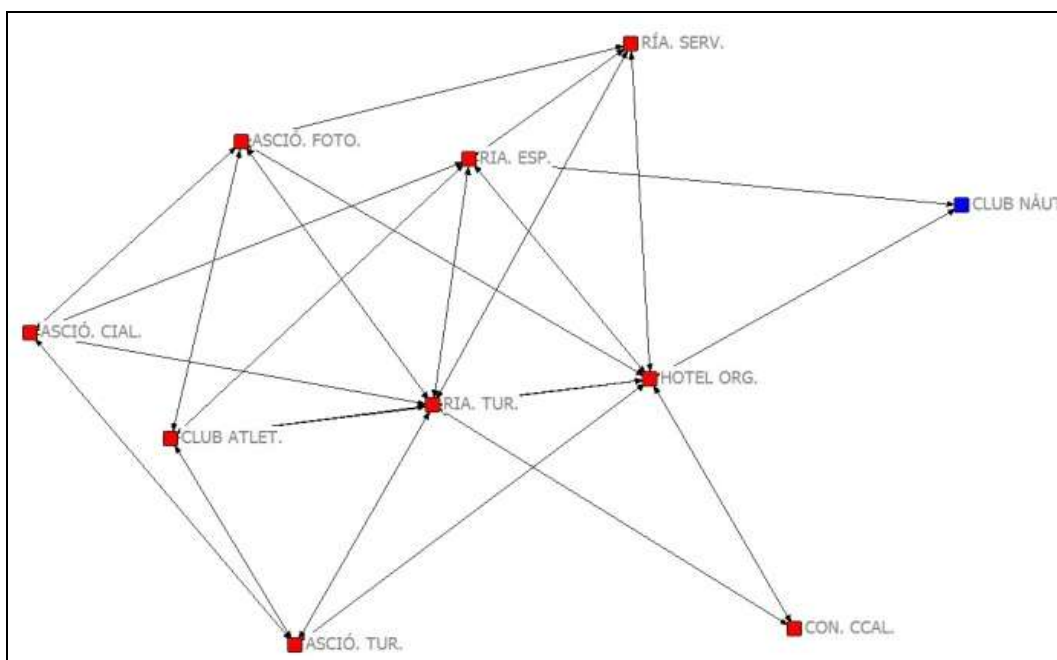
Algoritme Girvan Newmann

Taula 47 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional després de la primera edició de la Challenge

Divisió en 2 clústers	Q = -0.003
Divisió en 3 clústers	Q = -0.010
Divisió en 4 clústers	Q = -0.038
Divisió en 5 clústers	Q = -0.038
Divisió en 9 clústers	Q = -0.131

El resultat del càlcul d'aquest algoritme ens determina una possible divisió en 2 clústers.

Figura 28 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional després de la primera edició de la Challenge



El gràfic de la xarxa de relacions funcionals després d'una edició de Challenge ens mostra ja una xarxa més equilibrada, tret d'un parell d'actors que només tenen dos enllaços cada un d'ells.

Taula 48 - Densitat de les taules de l'anàlisi de xarxes funcionals després de la primera edició de la Challenge considerant dues *factions*

	1	2
1	0,71	0,25
2	0,25	0

En aquest cas, les dades resultants d'una anàlisi amb dos clústers tampoc no ens revelen una estructura en *factions*. De fet, és el més normal des del moment en què tenim un model centre / perifèria tan clar.

Després de la segona edició de la Challenge

Core / Periphery

Taula 49 - Matriu d'adjacència del model Centre / Perifèria de les relacions funcionals després de la segona edició de la Challenge

	1	2
1	0,867	0,583
2	0,583	0,167

Taula 50 - Llistat d'agents al centre (*Core*) i a la perifèria (*Periphery*) en la xarxa de relacions funcionals després de la segona edició de Challenge

Centre:	Perifèria:
- Associació turística	- Consell Comarcal
- Hotel Organitzador	- Associació fotogràfica
- Associació comercial	- Regidoria serveis
- Club Atletisme	- Club Nàutic
- Regidoria esports	
- Regidoria Turisme	

El model *Core/Periphery* ens desplega una estructura molt homogènia, amb dos grups de relacions molt similars, una perifèria gairebé tan densa com el nucli i per tant una cristallinització de la xarxa. La posició d'alguns actors sembla estable ja en el centre (regidors de turisme i esports i hotel organitzador i club d'atletisme), mentre que altres passen d'aquí a la perifèria, on hi trobem uns actors que ja hi són de manera més continuada (club nàutic, regidoria de serveis i consell comarcal).

Evulsió del model Centre / Perifèria en les dues edicions

Taula 51 - Resultats del model Centre / Perifèria abans de la Challenge i després de la primera i la segona edició

Abans de la Challenge			Després primera edició			Després segona edició		
	1	2		1	2		1	2
1	0,667	0,125	1	0,900	0,560	1	0,867	0,583
2	0,125	0,000	2	0,560	0,100	2	0,583	0,157

S'observa com es manté en tot moment la mateixa estructura tot i que evolucionant cap a una progressiva descentralització.

Factions

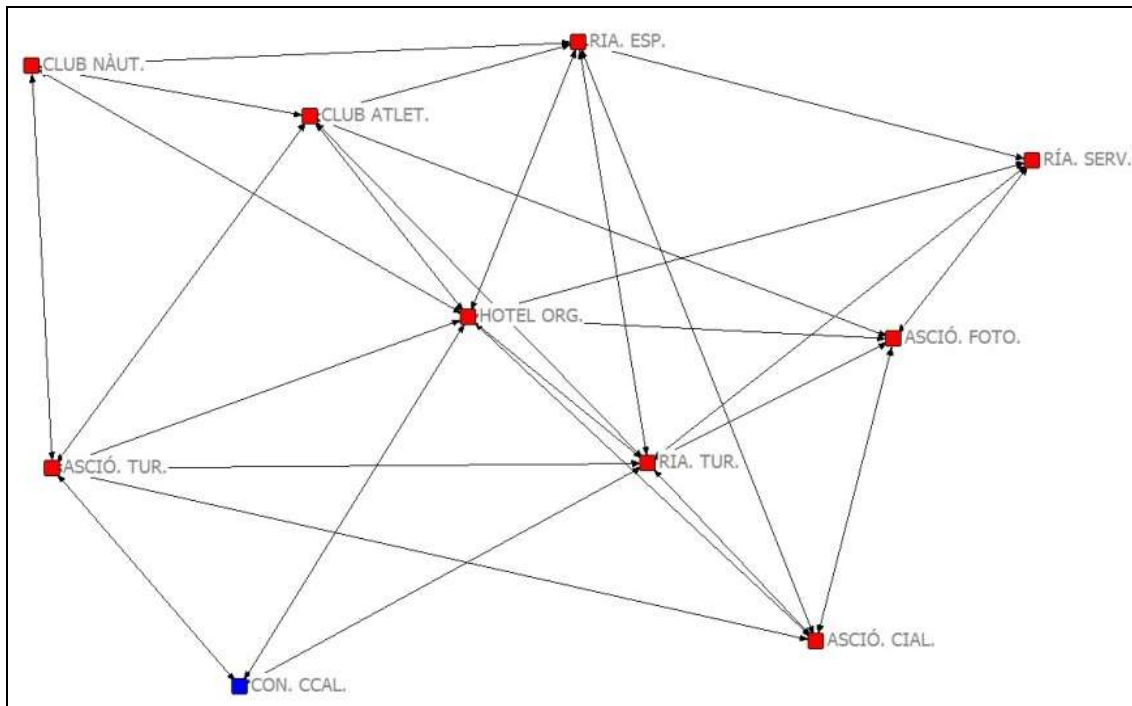
Algoritme Girvan Newmann

Taula 52 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional després de la segona edició de la Challenge

Divisió en 2 clústers	Q = -0.006
Divisió en 3 clústers	Q = -0.024
Divisió en 5 clústers	Q = -0.045
Divisió en 9 clústers	Q = -0.120
Divisió en 10 clústers	Q = -0.110

Després de la segona edició de la Challenge, el càlcul de l'algoritme Girvan Newmann continua mostrant una possible partició en dos clústers.

Figura 29 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional després de la segona edició de la Challenge



De nou una divisió que, com ens mostra el gràfic, és molt relativa, doncs bé es podria considerar un sol bloc equilibrat i molt més dens que a l'inici, amb una perifèria que ha desaparegut.

Taula 53 - Densitat de les taules de l'anàlisi de xarxes funcionals després de la segona edició de la Challenge considerant dues *factions*

	1	2
1		0,33
2	0,33	0,69

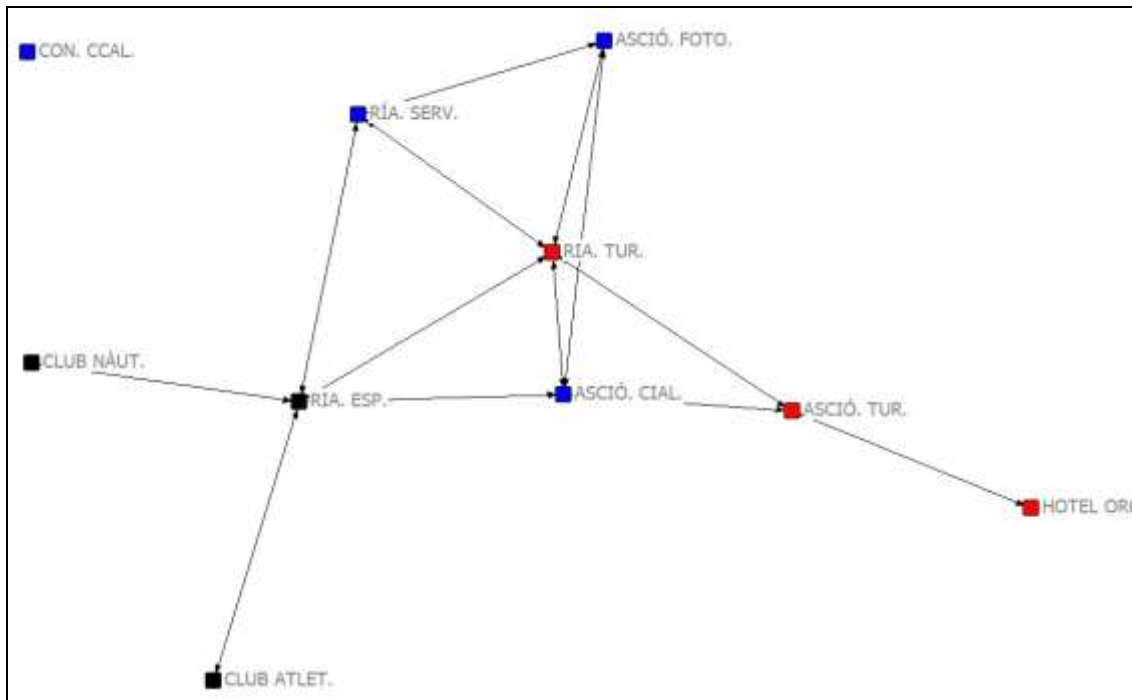
Finalment, aquest últim càlcul tampoc no ens anuncia una estructura en *factions*.

Dinàmica entre àmbits i sectors

Àmbit turístic i esportiu

Abans de la Challenge

Figura 30 - Xarxa de relacions funcionals abans de la Challenge segons els atributs esport, turisme i altres



En aquest gràfic s'observa com els actors de l'àmbit turístic i esportiu estan agrupats per les seves relacions.

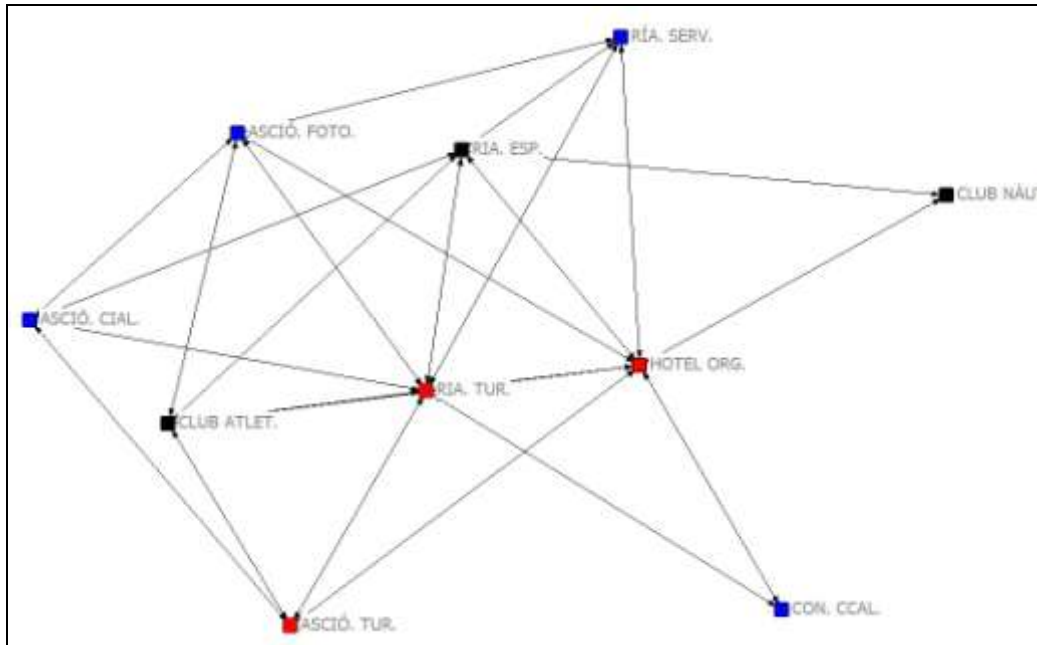
Taula 54. Nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits abans de la Challenge

Nº relacions / densitat	Esport	Turisme	Altres
Esport	4 / 66,7	1 / 11,1	2 / 16,7
Turisme	1 / 11,1	4 / 66,7	4 / 33,3
Altres	2 / 16,7	4 / 33,3	4 / 33,3

En la propera figura s'observa com els actors de l'àmbit turístic i esportiu estan agrupats per les seves relacions. La taula mostra que dins de cada àmbit hi ha quatre relacions entre els seus actors (de fet, hi ha dos vincles, A està relacionat amb B i B amb A). Això representa un 66,7 de densitat en els àmbits esportius i turístics, i un 33,3 en l'àmbit d'actors restants. Aquesta fortalesa relacional dins de cada àmbit contrasta amb els pocs nexes entre ells, doncs només comparteixen un o dos vincles. L'única excepció és la relació entre àmbits turístic i la miscel·lània de fotògrafs, comerciants, serveis públics i consell comarcal. És a dir, un sector turístic més ben connectat amb la resta de la comunitat.

Després de la primera edició

Figura 31 - Gràfic de la xarxa de relacions funcionals després de la primera edició de la Challenge segons els atributs esport, turisme i altres



La taula ens mostra uns sectors diferenciats però força més relacionats entre ells.

Taula 55. Nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits després de la primera edició de la Challenge i diferència amb l'any anterior

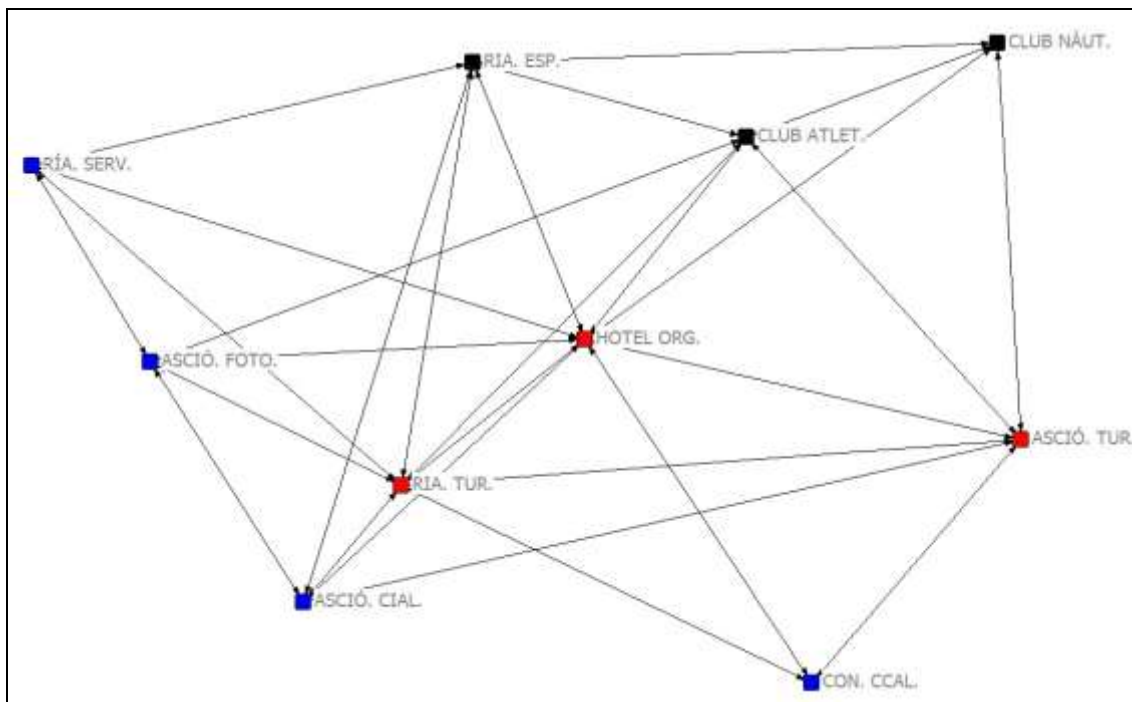
Nº relacions / densitat	Esport	Turisme	Altres
Increment			
Esport	4 / 66,7 0 / 0	6 / 66,7 +5 / +55,6	3 / 25,0 +1 / +8,3
Turisme	6 / 66,7 +5 / +55,6	6 / 100 +2 / +33,3	8 / 66,7 +4 / +33,4
Altres	3 / 25,0 +1 / +8,3	8 / 66,7 +4 / + 33,4	4 / 33,3 0 / 0

Després de la primera edició el canvi és substancial. Tant el gràfic com les dades taula ens demostren que s'han iniciat una sèrie de contactes entre els àmbits turístic i esportiu que anuncien una unió més densa. El sector turístic ha sigut qui sembla liderar aquest creixement doncs, no només han augmentat de cinc les seves connexions amb

el sector esportiu, sinó també quatre més amb altres agents del territori i finalment ha aconseguit arribar fins al 100% la seva densitat entre els mateixos actors turístics. És fàcilment deduïble que aquest procés és degut a que l'organitzador i motor de la prova és un actor del sector turístic que passa d'ocupar una posició absolutament aïllada a ser part central del sistema. Mentrestant, el sector esportiu, a més de les cinc noves relacions amb el sector turístic, incrementa només un nou lligam amb altres actors i no consolida més la seva pròpia xarxa.

Després de la segona edició

Figura 32 - Gràfic de la xarxa de relacions funcionals després de la segona edició de la Challenge segons els atributs esport, turisme i altres



Imatge més complexa de relacions on s'ha perdut una mica la distinció de sectors i queda molt patent el sector turístic al centre de la xarxa.

Taula 56. Nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits després de la segona edició de la Challenge i diferència amb l'any anterior

Nº relacions / densitat Increment	Esport	Turisme	Altres
Esport	6 / 100 +2 / +33,3	7 / 77,8 +1 / +11,1	3 / 25,0 0 / 0
Turisme	7 / 77,8 +1 / +11,1	6 / 100 0 / 0	10 / 83,3 +2 / +16,6
Altres	3 / 25,0 0 / 0	10 / 83,3 +2 / +16,6	4 / 33,3 0 / 0

Després de la segona edició el sector esportiu agafa parcialment el relleu i millora les seves relacions dins del propi àmbit amb dos nous vincles per aconseguir una xarxa completa i millorar lleugerament amb una nova relació el seu lligam amb el sector turístic. De totes maneres, s'observa una incapacitat del sector esportiu de crear nexes amb altres actors que no siguin turístics, mentre que el sector turístic continua reforçant la seva unió amb tots els actors de la xarxa aconseguint un 77,8% de densitat amb els actors esportius i un 83,3% de densitat amb altres actors.

Evolució total en dues edicions

Taula 57 - Diferència en el nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits després de dues edicions de la Challenge

Nº relacions / densitat Increment	Esport	Turisme	Altres
Esport	+2 / +33,3	+6 / +66,7	+1 / +8,3
Turisme	+6 / +66,7	+2 / +33,3	+6 / +50,0
Altres	+1 / +8,3	+6 / +50,0	0 / 0

A la taula final podem treure les dues conclusions més evidents. D'una banda observar clarament aquesta capacitat del sector turístic, fruit del seu lideratge, d'anar creant lligams amb tot tipus d'agents, augmentant la densitat dels seus vincles en un 66,7% amb el sector esportiu, un 50% amb altres actors i crear una xarxa completa dins del propi sector. D'altra banda es manifesta de manera molt important la capacitat que ha tingut aquest esdeveniment per crear vincles entre els sectors turístic i esportiu molt més que entre altres actors del territori que només augmenten un 8,3% les seves

relacions amb els actors esportius, el 50% que comentàvem amb els representants turístics, però no enforceixen gens la seva pròpia xarxa.

Sector privat – públic – associatiu

Variació en el nombre de relacions dels agents locals segons el sector a què pertanyen

Nombre de lligams i components dels diferents agents locals segons el sector a què pertanyen abans i després de cada edició de la Challenge.

Les taules dels nombres de lligams i components, ens mostren, per sobre de tot, una xarxa molt connectada de bon principi. Això anuncia que difícilment es veurà una pujada del nombre de relacions, sinó que l'enfortiment de les xarxes per sectors es farà a nivell dels components dels vincles.

Taula 58 - Nombre de lligams i components dels agents locals del sector privat implicats en la Challenge

Nº lligams / nº components	Abans	1ª edició	2ª edició
Associació turística	8/12	8/13	9/19
Hotel Organitzador	7/10	9/20	9/23
Associació comercial	8/14	8/14	8/15
Total	23/36	25/47	26/57

Sens dubte, en la taula dels agents privats és on es produeix l'evolució més forta. L'actor que en un principi estava més deslligat amb només 7 relacions i 10 components incrementa en dues les seves connexions i, augmenta espectacularment els components de les seves relacions fins a una proporció del 230%, passant a tenir-ne 23. Un element interessant a estudiar és com aquest actor sembla servir de motor del creixement reticular. En la primera edició la creixuda és fulgurant, mentre que l'associació turística amb prou feines es veu afectada, només incrementa d'un component. A la segona edició, aquesta última sembla agafar la inèrcia provocada pel

pioner i guanya una nova relació i, sobretot, vuit nous components, reforçant la seva posició. L'associació comercial, pel seu costat, gairebé no es veu afectada, guanyant només un nou component.

Taula 59. Nombre de lligams i components dels agents locals del sector públic implicats en la Challenge

Nº lligams / nº components (fortalesa)	Abans	1ª edició	2ª edició
Regidoria de turisme	9/14	9/18	9/20
Regidoria de serveis públics	9/13	9/15	9/15
Regidoria esports	8/16	8/17	9/19
Consell Comarcal	2/2	4/6	6/8
Total*	21/33,8	22,5/42	24,8/47,2

*En ser quatre agents públics s'ha fet el càlcul proporcional a 3 agents

En el cas dels agents públics, la taula anterior ens mostra dos aspectes interessants. D'una banda, comparat amb el sector privat, el nombre de relacions dels actors des del primer moment és molt elevat amb tots els actors. Baixa la mitjana el Consell Comarcal que, per la seva llunyania (està ubicat a Mataró, a 25 quilòmetres de distància) comença molt poc vinculat amb actors locals amb només dues relacions i dos components. Serà precisament aquest actor el que sembla aprofitar-se més de l'aparició de Challenge entrant a formar part de manera més activa en la xarxa guanyant 4 noves connexions i 6 nous components en tot el procés. La regidora de turisme, la persona que va canalitzar tots els esforços, presenta una posició cada cop més forta, augmentant en sis els components de les seves relacions i, en canvi, és rellevant veure com el regidor d'esports, que podria haver aprofitat per reforçar la seva xarxa de nexes, es queda endarrere augmentant només en una relació i tres components amb una indiferència que ja era palesa a les entrevistes.

Taula 60 - Nombre de lligams i components dels agents locals del sector associatiu implicats en la Challenge

Nº lligams / nº components (fortalesa)	Abans	1ª edició	2ª edició
Club Atletisme	8/9	9/15	9/15
Club Nàutic	7/8	8/10	8/11
Associació fotografia	8/12	8/14	8/15
Total	23/29	25/39	25/41

Dins del sector associatiu veiem, per sobre de tot, un notable increment proporcional dels components dels enllaços passant, en el total, de 19 a 41. No en va, és el sector que començava amb un nivell més baix i li permetia un marge de creixuda més alt. No hi ha dubte de que qui sap situar-se millor entre els diferents actors és el representant del club d'atletisme, persona vinculada políticament i que va aprofitar la Challenge per ocupar un lloc fonamental entre els actors locals, arribant a un paper gairebé tan estratègic com el del regidor d'esports. A través d'ell es van vincular les ajudes del Consejo Superior de Deportes i va establir-se una forta dinàmica interna creant el club de Triatló. Això s'evidencia amb un creixement important de components de les relacions i un nou vincle.

Comparació de l'evolució dels vincles i els components dels sectors després de la primera edició

Taula 61 - Nombre de relacions i components dels agents locals segons el seu sector entre abans i després de la primera edició de Challenge

<u>Nombre de relacions</u>	Abans de Challenge	Percentatge del total	Després primera edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Diferència del percentatge
Agents privats	23	34,33%	25	34,25%	+ 2	-0,08
Agents públics	21	31,34%	23	31,51%	+ 2	+ 0,16
Agents associatius	23	34,33%	25	34,25%	+ 2	-0,08
Total	67		73		+ 6	
<u>Nombre de components</u>						
Agents privats	36	36,36%	47	36,72%	+ 11	+ 0,36
Agents públics	34	34,34%	42	32,81%	+ 8	-1,53
Agents associatius	29	29,29%	39	30,47%	+ 10	+ 1,18
Total	99		128		+ 29	

En la primera edició es produeix un fenomen interessant. El sector públic lidera l'increment proporcional de lligams amb una creixuda del 0,16 mentre el sector privat i associatiu baixen. D'altra banda, el sector privat i associatiu són els qui mostren una

major proliferació de components pujant el primer de 0,36 i el segon de 1,18. L'explicació és clara, la crescuda de vincles en valors absoluts és idèntica per tots els sectors (dues noves relacions), però com que al sector públic hi ha el Consell Comarcal que baixa la mitjana, li permet augmentar de manera important el nombre proporcional de nexes. A nivell dels components, l'increment absolut més important es produeix en el sector privat amb 11 nous components, però a nivell relatiu qui creix més és el sector associatiu que només té 10 nous components però partia d'un nivell més baix.

Comparació de l'evolució dels vincles i els components dels sectors després de la segona edició

Taula 62 - Nombre de relacions i components dels agents locals segons el seu sector entre després de la primera i la segona edició de Challenge

<u>Nombre de relacions</u>	Després de la primera edició	Percentatge del total	Després segona edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Diferència del percentatge
Agents privats	25	34,25%	26	34,21%	+ 1	-0,04
Agents públics	23	31,51%	25	32,89%	+ 2	+ 1,39
Agents associatius	25	34,25%	25	32,89%	+ 0	-1,35
Total	73		76		+ 3	
<u>Nombre de components</u>						
Agents privats	47	36,72%	57	39,31%	+ 10	+ 2,59
Agents públics	42	32,81%	47	32,41%	+ 5	-0,40
Agents associatius	39	30,47%	41	28,28%	+ 2	-2,19
Total	128		145		+ 17	

En la segona edició el creixement en relacions del sector associatiu s'atura mentre que l'ascens del sector privat en la fortificació de la seva xarxa de connexions és absoluta, augmentant una nova relació però, sobretot, 10 nous components el que li representa tenir gairebé el 40% de tots els components. El sector públic continua augmentant, sobretot gràcies a la capacitat de creixement del Consell Comarcal que ja comentàvem,

començava de molt avall. Tindrà el mateix percentatge de relacions que el sector associatiu i augmenta en cinc els seus components.

Total

Taula 63 - Nombre de relacions i components dels agents locals segons el seu sector entre abans de Challenge i després de la segona edició

Nombre de relacions:	Abans de Challenge	Percentatge del total	Després segona edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Diferència del percentatge
Agents privats	23	34,33%	26	34,21%	+ 3	-0,12
Agents públics	21	31,34%	25	32,89%	+ 4	+ 1,55
Agents associatius	23	34,33%	25	32,89%	+ 2	-1,43
Total	67		76		+ 9	
Nombre de components:						
Agents privats	36	36,36%	57	39,31%	+ 21	+ 2,95
Agents públics	34	34,34%	47	32,41%	+ 13	-1,93
Agents associatius	29	29,29%	41	28,28%	+ 12	-1,02
Total	99		145		+ 46	

En resum, les taules ens mostren la proliferació de nous vincles i l'enfortiment dels existents com ja sabíem. Despleguen però una dinàmica diferent segons els sectors, amb un sector privat que aconsegueix reforçar de manera molt important els components de les seves unions amb 21 nous components i un sector públic que, a través del Consell Comarcal, que entra en l'escena local, augmenta en 4 vincles i 13 components. El sector associatiu és el qui augmenta menys, però això és degut, sobretot, al poc dinamisme de l'associació de fotografia i del club nàutic, amb un club d'atletisme que es desmarca d'aquesta dinàmica, aprofitant el creixement.

Modificació de les mesures de centralitat individual dels actors implicats en Challenge

Abans de la Challenge

Taula 64 - Diferents mesures de centralitat dels actors en les xarxes funcionals abans de la Challenge situats de més a menys, indicant pertinença a sector privat, públic o associatiu

Actor	<i>Closeness</i>	Actor	<i>Betweenness</i>	Actor	<i>Degree</i>
Regidoria Turística	72,727	Regidoria Esportiva	47,619	Regidoria Turística	62,500
Regidoria Esportiva	66,667	Regidoria Turística	26,190	Regidoria Esportiva	62,500
Associació Comercial	66,667	Associació Turística	17,857	Associació Comercial	50,000
Regidoria Serveis	57,153	Associació Comercial	3,571	Regidoria Serveis	37,500
Associació Turística	53,333	Regidoria Serveis	2,500	Associació Turística	37,500
Associació fotogràfica	50,000	Associació fotogràfica	1,190	Associació fotogràfica	37,500
Club Atletisme	42,105	Club Atletisme	0	Club Atletisme	12,500
Club Nàutic	42,105	Club Nàutic	0	Club Nàutic	12,500
Hotel Organitzador	36,364	Hotel Organitzador	0	Hotel Organitzador	12,500
Consell Comarcal	0	Consell Comarcal	0	Consell Comarcal	0
<i>Network Centralization</i>	44,85%		38,39%		29,69%

La primera taula presenta dades que permeten entendre la dinàmica de la xarxa. Primer, el rol dels regidors en les relacions abans de la Challenge. A dalt de tot en *Closeness* i *Degree* hi ha la regidoria turística i l'esportiva que té un nivell de *Closeness* una mica inferior i, ben a prop, la de serveis. En quant a *Betweenness*, també hi ha les dues primeres regidories però en ordre invers. Després d'aquests representants del sector públic tenim un cert predomini del sector privat amb les dues associacions turístiques i esportives. Finalment, els dos clubs esportius. L'hotel organitzador és en aquell moment el penúltim actor i el llistat s'acaba amb el Consell Comarcal.

Després de la primera edició

Taula 65 - Diferents mesures de centralitat dels actors en les xarxes funcionals després de la primera edició de la Challenge situats de més a menys , indicant pertinència a sector privat, públic o associatiu

Actor	<i>Closeness</i>	Actor	<i>Betweenness</i>	Actor	<i>Degree</i>
Regidoria Turística	90,000	Hotel Organitzador	23,472	Regidoria Turística	88,889
Hotel Organitzador	90,000	Regidoria Turística	16,065	Hotel Organitzador	88,889
Regidoria Esportiva	75,000	Regidoria Esportiva	9,954	Regidoria Esportiva	66,667
Club Atletisme	69,231	Associació Fotogràfica	3,009	Club Atletisme	55,556
Associació Fotogràfica	69,231	Club Atletisme	1,944	Associació Fotogràfica	55,556
Associació Turística	64,286	Associació Comercial	1,944	Associació Turística	44,444
Regidoria Serveis	64,286	Associació Turística	1,389	Regidoria Serveis	44,444
Associació Comercial	64,286	Regidoria Serveis	0,556	Associació Comercial	44,444
Club Nàutic	56,250	Consell Comarcal	0	Club Nàutic	22,222
Consell Comarcal	56,250	Club Nàutic	0	Consell Comarcal	22,222
<i>Network Centralization</i>	47,50%		19,60%		39,50%

Després de la primera edició observem d'una banda uns canvis radicals i de l'altra uns moviments més lents però que es mantindran constants. El més important és l'ascens de l'hotel organitzador. De penúltim a segon o fins i tot primer en el cas del Betweenness per davant de les dues regidories, de les quals qui ha agafat el protagonisme és la de turisme. També hi ha un reforçament en la centralitzat del club d'Atletisme fruit del seu interès per posicionar-se que el fa pujar fins a la quarta posició en *Closeness* i *Degree*. D'altra banda es percep ja una menor influència de l'associació comercial o de la regidoria de serveis, que baixen una posició, probablement pel seu rol menys

important pel desenvolupament de la cursa. En relació als sectors, hi ha un evident increment del sector privat en la figura del organitzador mentre el públic es manté més o menys estable. Però no deixa de ser un repartiment força equilibrat encara.

Després de la segona edició

Taula 66 - Diferents mesures de centralitat dels actors en les xarxes funcionals després de la segona edició de la Challenge situats de més a menys, indicant pertinència a sector privat, públic o associatiu

Actor	<i>Closeness</i>	Actor	<i>Betweenness</i>	Actor	<i>Degree</i>
Hotel Organitzador	100,000	Hotel Organitzador	16,944	Hotel Organitzador	100,000
Regidoria Turística	90,000	Regidoria Turística	11,157	Regidoria Turística	88,889
Club Atletisme	75,000	Associació Turística	5,417	Club Atletisme	66,667
Associació Turística	75,000	Regidoria Esportiva	4,954	Associació Turística	66,667
Regidoria Esportiva	75,000	Club Atletisme	3,889	Regidoria Esportiva	66,667
Associació fotogràfica	69,231	Associació fotogràfica	1,944	Associació fotogràfica	55,556
Associació Comercial	69,231	Associació Comercial	1,806	Associació Comercial	55,556
Regidoria Serveis	64,286	Regidoria Serveis	0,556	Regidoria Serveis	44,444
Club Nàutic	64,286	Club Nàutic	0,556	Club Nàutic	44,444
Consell Comarcal	60,000	Consell Comarcal	0	Consell Comarcal	33,333
<i>Network Centralization</i>	60,91%		13,58%		41,97%

En la tercera taula els moviments que hem observat anteriorment semblen consolidar-se. L'hotel organitzador ha arribat en alguns casos a un índex 100 i supera ja en la seva centralitat a la regidoria de turisme. La inacció del regidor d'esports el fa baixar encara més en la seva importància relacional i qui agafa el lloc és el club d'atletisme i l'associació turística. Es interessant fixar-se també en l'associació fotogràfica que

sembla no tenir cap tipus de relació amb l'esdeveniment però s'ha sabut mantenir en una posició mitjana i aprofitar per crear nous vincles amb entitats que en principi són ben alienes.

Variació de la centralitat *Closeness* i de la centralització *Closeness* i *Betweenness* a través de les diferents edicions de la Challenge

Taula 67 - Variació en la centralitat *Closeness* dels diferents actors de les xarxes de relacions funcionals, per àmbit públic, privat i associatiu, indicant pertinència al sector i grau de centralització de la xarxa

Abans de la Challenge		Després de la primera edició		Després de la segona edició	
Actor	<i>Closeness</i>	Actor	<i>Closeness</i>	Actor	<i>Closeness</i>
Regidoria Turística	72,727	Regidoria Turística	90,000	Hotel Organitzador	100,000
Regidoria Esportiva	66,667	Hotel Organitzador	90,000	Regidoria Turística	90,000
Associació Comercial	66,667	Regidoria Esportiva	75,000	Associació Turística	75,000
Regidoria Serveis	57,153	Club Atletisme	69,231	Club Atletisme	75,000
Associació Turística	53,333	Associació Fotogràfica	69,231	Regidoria Esportiva	75,000
Associació Fotogràfica	50,000	Associació Turística	64,286	Associació Fotogràfica	69,231
Club Atletisme	42,105	Regidoria Serveis	64,286	Associació Comercial	69,231
Club Nàutic	42,105	Associació Comercial	64,286	Regidoria Serveis	64,286
Hotel Organitzador	36,364	Consell Comarcal	56,250	Club Nàutic	64,286
Consell Comarcal	0	Club Nàutic	56,250	Consell Comarcal	60,000
<i>Closeness Centralization</i>	44,85%		47,50%		60,91%
<i>Betweenness Centralization</i>	38,39%		19,60%		13,58%

En l'observació focalitzada en el *Closeness* podem veure encara més clarament l'evolució de la xarxa cap a un lideratge cada cop més privat, la pèrdua de rellevància de regidories en algun cas importants, com l'esportiva. L'hotel organitzador passa de tenir un índex de 36.364 i estar avant penúltim a compartir el primer lloc amb 90.000 o ser el primer destacat amb 100.000. El club d'atletisme també augmenta passant de ser el setè amb 42.105 al quart amb 69.231 i augmentar fins a 75.000, al mateix nivell de la regidoria d'esport.

A més, les dades de centralització de la xarxa amb un augment del *Closeness* des dels 44,85% al 60,91% i la reducció del *Betweenness* des de 38,39% fins a 13,58%, ens expliquen que hi ha hagut una reducció del diàmetre de la xarxa i per tant tots estan més propers.

Transpyr

Relacions entre agents locals implicats a Transpyr

1ª MESURA: SITUACIÓ INICIAL

Taula 68 - Matriu d'adjacència de la prova Transpyr – tipus de components de les relacions. Situació inicial

ROSES					
Tècnica Tur. Roses	Tècnica Tur. Roses				
Tècnic Esports Roses	econòmic social	Tècnic Esports Roses			
Club Ciclista Roses	econòmic social	econòmic social	Club Ciclista Roses		
Associació Tur. Roses	econòmic social	social		Associació Tur. Roses	
Regidor turisme Roses	econòmic social	econòmic social	social	social	Regidor turisme Roses
CAMPRODON					
Tècnica Turisme Camprodon	Tècnica Turisme Camprodon				
Tècnic Esports Camprodon	Social	Tècnic Esports Camprodon			
Club Ciclista Camprodon	Social	econòmic social	Club Ciclista Camprodon		
Associació Turística Camprodon	econòmic social	econòmic social	social	Associació Turística Camprodon	
Regidor esports Camprodon	Social	personal econòmic social	econòmic social	social	Regidor esports Camprodon
SEU URGELL					
Tècnica Tur. Seu Urgell	Tècnica Turi. Seu d'Urgell				
Tècnic Esp. Seu Urgell	econòmic social	Tècnic Esp. Seu d'Urgell			
Club Ciclista Seu d'Urgell		econòmic social	Club Ciclista Seu d'Urgell		
Associació Turística Seu Urgell	personal econòmic social	Social	social	Associació Turística Seu d'Urgell	
Regidor esp. Seu Urgell	Social	personal econòmic social	social	social	Regidor esp Seu d'Urgell

PONT DE SUERT					
Tècnica Turisme Pont de Suert	Tècnica Turisme Pont de Suert				
Tècnica Esports Pont de Suert	Social	Tècnica Esports Pont de Suert			
Club Triatló Pont de Suert	Social	econòmic social	Club Triatló Pont de Suert		
Associació Turística Pont de Suert	personal econòmic social	social	personal econòmic social	Associació Turística Pont de Suert	
Regidor esports Pont de Suert	personal econòmic social	personal econòmic social	personal econòmic social	personal social	Regidor esports Pont de Suert
AÍNSA					
Tècnica Turisme Aínsa	Tècnica Turisme Aínsa				
Tècnic Esports Aínsa	econòmic social	Tècnic Esports Aínsa			
Club Ciclista Aínsa	personal i social	personal econòmic social	Club Ciclista Aínsa		
Associació Turística Aínsa	econòmic social	personal econòmic social	personal i social	Associació Turística Aínsa	
Regidora esports Aínsa	Social	social	personal econòmic social	social	Regidor turisme Aínsa
JACA					
Tècnica Turisme Jaca	Tècnica Turisme Jaca				
Tècnic Esports Jaca	econòmic social	Tècnic Esports Jaca			
Club Ciclista Jaca	econòmic social	econòmic	Club Ciclista Jaca		
Associació Turística Jaca	econòmic social	econòmic social	social	Associació Turística Jaca	
Regidor esports Jaca	econòmic social	econòmic social	econòmic social	econòmic social	Regidor esports Jaca

ISABA					
Tècnica Turisme Isaba	Tècnica Turisme Isaba				
Tècnic Esports Isaba	personal econòmic social	Tècnic Esports Isaba			
Club Ciclista Isaba	personal econòmic social	personal econòmic social	Club Ciclista Isaba		
Associació Turística Isaba	econòmic social	social	personal i social	Associació Turística Isaba	
Regidor Esports Isaba	econòmic social	econòmic social	personal econòmic social	personal econòmic social	Regidor Esports Isaba
ELIZONDO					
Tècnica Turisme Elizondo	Tècnica Turisme Elizondo				
Tècnic Esports Elizondo	econòmic social	Tècnic Esports Elizondo			
Club Ciclista Baztandarra			Club Ciclista Baztandarra		
Associació Turística Elizondo	personal econòmic social	econòmic		Associació Turística Elizondo	
Regidor esports Elizondo	econòmic social	personal econòmic social		econòmic social	Regidor esports Elizondo
DONOSTIA					
Tècnica Turisme Donostia	Tècnica Turisme Donostia				
Tècnic Esports Donostia		Tècnic Esports Donostia			
Club Ciclista Donostia	econòmic social	personal i social	Club Ciclista Donostia		
Associació Turística Donostia	econòmic social		econòmic social	Associació Turística Donostia	
Regidor turisme Donostia	econòmic social	econòmic social	econòmic social	econòmic social	Regidor turisme Donostia

2ª MESURA: GENERACIÓ DE VINCLES

Taula 69 - Matriu d'adjacència de la prova Transpyr – tipus de components de les relacions després d'una edició. Generació de Vincles

ROSES						Organitzador
Tècnica Turisme Roses	Tècnica Turisme Roses					econòmic social
Tècnic Esports Roses	econòmic social	Tècnic Esports Roses				
Club Ciclista Roses	econòmic social	econòmic social	Club Ciclista Roses			
Associació Turística Roses	econòmic social	social		Associació Turística Roses		
Regidor turisme Roses	econòmic social	econòmic social	social	social	Regidor turisme Roses	econòmic
CAMPRODON						
Tècnica Turisme Camprodon	Tècnica Turisme Camprodon					
Tècnic Esports Camprodon	social	Tècnic Esports Camprodon				
Club Ciclista Camprodon	Social	econòmic social	Club Ciclista Camprodon			
Associació Turística Camprodon	econòmic social	econòmic social	social	Associació Turística Camprodon		
Regidor esports Camprodon	Social	personal econòmic social	econòmic social	social	Regidor esports Camprodon	econòmic social
SEU D'URGELL						
Tècnica Turisme Seu d'Urgell	Tècnica Turisme Seu d'Urgell					
Tècnic Esports Seu d'Urgell	econòmic social	Tècnic Esports Seu d'Urgell				econòmic social
Club Ciclista Seu d'Urgell	social	econòmic social	Club Ciclista Seu d'Urgell			
Associació Turística Seu d'Urgell	personal econòmic social	social	social	Associació Turística Seu d'Urgell		
Regidor esports Seu d'Urgell	Social	personal econòmic social	social	social	Regidor esports Seu d'Urgell	econòmic

Esdeveniments esportius i generació de xarxes turístiques esportives
Oriol Sallent i Bonaventura

PONT DE SUERT						Organitzador
Tècnica Turisme Pont de Suert	Tècnica Turisme Pont de Suert					
Tècnica Esports Pont de Suert	Social	Tècnica Esports Pont de Suert				econòmic social
Club Triatló Pont de Suert	Social	econòmic social	Club Triatló Pont de Suert			
Associació Turística Pont de Suert	personal econòmic social	social	personal econòmic social	Associació Turística Pont de Suert		
Regidor esports Pont de Suert	personal econòmic social	personal econòmic social	personal econòmic social	personal social	Regidor esports Pont de Suert	econòmic
AÍNSA						
Tècnica Turisme Aínsa	Tècnica Turisme Aínsa					
Tècnic Esports Aínsa	econòmic social	Tècnic Esports Aínsa				econòmic social
Club Ciclista Aínsa	personal i social	personal econòmic social	Club Ciclista Aínsa			Social
Associació Turística Aínsa	econòmic social	personal econòmic social	personal i social	Associació Turística Aínsa		
Regidora esports Aínsa	Social	social	personal econòmic social	social	Regidor turisme Aínsa	Econòmic
JACA						
Tècnica Turisme Jaca	Tècnica Turisme Jaca					
Tècnic Esports Jaca	econòmic social	Tècnic Esports Jaca				econòmic social
Club Ciclista Jaca	econòmic social	econòmic social	Club Ciclista Jaca			
Associació Turística Jaca	econòmic social	econòmic social	social	Associació Turística Jaca		
Regidor esports Jaca	econòmic social	econòmic social	econòmic social	econòmic social	Regidor esports Jaca	econòmic

ISABA						
Tècnica Turisme Isaba	Tècnica Turisme Isaba					
Tècnic Esports Isaba	personal econòmic social	Tècnic Esports Isaba				econòmic social
Club Ciclista Isaba	personal econòmic social	personal econòmic social	Club Ciclista Isaba			social
Associació Turística Isaba	econòmic social	social	personal i social	Associació Turística Isaba		
Regidor esports Isaba	econòmic social	econòmic social	personal econòmic social	personal econòmic social	Regidor esports Isaba	econòmic
ELIZONDO						
Tècnica Turisme Elizondo	Tècnica Turisme Elizondo					
Tècnic Esports Elizondo	econòmic social	Tècnic Esports Elizondo				econòmic social
Club Ciclista Baztandarra			Club Ciclista Baztandarra			
Associació Turística Elizondo	personal econòmic social	econòmic		Associació Turística Elizondo		
Regidor esports Elizondo	econòmic social	personal econòmic social		econòmic social	Regidor turisme Elizondo	econòmic
DONOSTIA						
Tècnica Turisme Donostia	Tècnica Turisme Donostia					econòmic social
Tècnic Esports Donostia		Tècnic Esports Donostia				
Club Ciclista Donostia	econòmic social	personal i social	Club Ciclista Donostia			social
Associació Turística Donostia	econòmic social		econòmic social	Associació Turística Donostia		
Regidor turisme Donostia	econòmic social	econòmic social	econòmic social	econòmic social	Regidor turisme Donostia	econòmic

3ª MESURA: REFORÇAMENT, AFEBLIMENT, MANTENIMENT

Taula 70 - Matriu d'adjacència de la prova Transpyr – tipus de components de les relacions després de dues edicions. Reforçament, afebliment, manteniment

ROSES						Organitzador
Tècnica Turisme Roses	Tècnica Turisme Roses					econòmic social
Tècnic Esports Roses	econòmic social	Tècnic Esports Roses				
Club Ciclista Roses	econòmic social	econòmic social	Club Ciclista Roses			econòmic social
Associació Turística Roses	econòmic social	social		Associació Turística Roses		
Regidor turisme Roses	econòmic social	econòmic social	social	Social	Regidor turisme Roses	econòmic
CAMPRODON						Organitzador
Tècnica Turisme Camprodon	Tècnica Turisme Camprodon					
Tècnic Esports Camprodon	Social	Tècnic Esports Camprodon				econòmic social
Club Ciclista Camprodon	Social	econòmic social	Club Ciclista Camprodon			econòmic social
Associació Turística Camprodon	econòmic social	econòmic social	social	Associació Turística Camprodon		
Regidor esports Camprodon	Social	personal econòmic social	econòmic social	Social	Regidor esports Camprodon	econòmic
SEU D'URGELL						
Tècnica Turisme Seu d'Urgell	Tècnica Turisme Seu d'Urgell					
Tècnic Esports Seu d'Urgell	econòmic social	Tècnic Esports Seu d'Urgell				econòmic social
Club Ciclista Seu d'Urgell	social	econòmic social	Club Ciclista Seu d'Urgell			econòmic social
Associació Turística Seu d'Urgell	personal econòmic social	social	social	Associació Turística Seu d'Urgell		
Regidor esports Seu d'Urgell	Social	personal econòmic social	social	social	Regidor esports Seu d'Urgell	econòmic

PONT DE SUERT						
Tècnica Turisme Pont de Suert	Tècnica Turisme Pont de Suert					
Tècnica Esports Pont de Suert	Social	Tècnica Esports Pont de Suert				econòmic social
Club Triatló Pont de Suert	Social	econòmic social	Club Triatló Pont de Suert			
Associació Turística Pont de Suert	personal econòmic social	social	personal econòmic social	Associació Turística Pont de Suert		
Regidor esports Pont de Suert	personal econòmic social	personal econòmic social	personal econòmic social	personal social	Regidor esports Pont de Suert	econòmic
AÍNSA						Organitzador
Tècnica Turisme Aínsa	Tècnica Turisme Aínsa					
Tècnic Esports Aínsa	econòmic social	Tècnic Esports Aínsa				econòmic social
Club Ciclista Aínsa	personal i social	personal econòmic social	Club Ciclista Aínsa			econòmic social
Associació Turística Aínsa	econòmic social	personal econòmic social	personal i social	Associació Turística Aínsa		social
Regidora esports Aínsa	Social	econòmic social	personal econòmic social	social	Regidor turisme Aínsa	econòmic
JACA						
Tècnica Turisme Jaca	Tècnica Turisme Jaca					
Tècnic Esports Jaca	econòmic social	Tècnic Esports Jaca				econòmic social
Club Ciclista Jaca	econòmic social	econòmic social	Club Ciclista Jaca			econòmic social
Associació Turística Jaca	econòmic social	econòmic social	social	Associació Turística Jaca		
Regidor esports Jaca	econòmic social	econòmic social	econòmic social	econòmic social	Regidor esports Jaca	econòmic

ISABA							
Tècnica Turisme Isaba	Tècnica Turisme Isaba						
Tècnic Esports Isaba	personal econòmic social	Tècnic Esports Isaba					econòmic social
Club Ciclista Isaba	personal econòmic social	personal econòmic social	Club Ciclista Isaba				econòmic social
Associació Turística Isaba	econòmic social	social	personal i social	Associació Turística Isaba			
Regidor esports Isaba	econòmic social	econòmic social	personal econòmic social	personal econòmic social	Regidor esports Isaba		econòmic
ELIZONDO							Organitzador
Tècnica Turisme Elizondo	Tècnica Turisme Elizondo						
Tècnic Esports Elizondo	econòmic social	Tècnic Esports Elizondo					econòmic social
Club Ciclista Baztandarra		social	Club Ciclista Baztandarra				econòmic social
Associació Turística Elizondo	personal econòmic social	econòmic		Associació Turística Elizondo			
Regidor esports Elizondo	econòmic social	personal econòmic social	social	econòmic social	Regidor turisme Elizondo		econòmic
DONOSTIA							
Tècnica Turisme Donostia	Tècnica Turisme Donostia						econòmic social
Tècnic Esports Donostia		Tècnic Esports Donostia					
Club Ciclista Donostia	econòmic social	personal i social	Club Ciclista Donostia				econòmic social
Associació Turística Donostia	econòmic social		econòmic social	Associació Turística Donostia			
Regidor turisme Donostia	econòmic social	econòmic social	econòmic social	econòmic social	Regidor turisme Donostia		econòmic

En la tercera edició s'observen l'inici d'una sèrie de relacions establertes entre els clubs ciclistes que detallem en una taula diferent:

Taula 71 - Relacions establertes entre clubs ciclistes dels diferents punts d'etapa

Roses	Roses								
Camprodon	econòmic social	Camprodon							
Seu d'Urgell	econòmic social	econòmic social	Seu d'Urgell						
Pont de Suert				Pont de Suert					
Aínsa	econòmic social	econòmic social	econòmic social		Aínsa				
Jaca	econòmic social	econòmic social	econòmic social		econòmic social	Jaca			
Isaba	Econòmic	econòmic	Econòmic		econòmic	econòmic	Isaba		
Elizondo	Social	social	Social		social	social		Elizondo	
Donostia	econòmic social	econòmic social	econòmic social		econòmic social	econòmic social	Econòmic	social	Donostia

Relacions entre agents locals i agents externs implicats a Transpyr

No canvien en les tres edicions tret de l'organitzador

Taula 72 - Relacions entre agents locals i agents externs implicats a Transpyr. Situació Inicial.

1ª MESURA: SITUACIÓ INICIAL	Turisme Cat:	Esports Cat:	Fed. Cat.	Turisme Ara.	Esports Ara.	Fed. Ara.	Turisme Nav.	Esports Nav.	Fed. Nav.	Turisme Eus.	Esports Eus.	Fed. Eus.	Turisme Esp.	Esports Esp.	Fed. Esp.
Organitzador	COL.	COL.	COL.							COO.					
Tècnica Turisme Roses	COL.														
Tècnic Esports Roses		COO.	COL.												COO.
Club Ciclista Roses		COO.	COL.												
Associació Turística Roses	COO.												COO.		
Regidor turisme Roses			COL.												
Tècnica Turisme Camprodon	COO.	COO.													
Tècnic Esports Camprodon		COO.													
Club Ciclista Camprodon			COL.												

1ª MESURA: SITUACIÓ INICIAL	Turisme Cat:	Esports Cat:	Fed. Cat.	Turisme Ara.	Esports Ara.	Fed. Ara.	Turisme Nav.	Esports Nav.	Fed. Nav.	Turisme Eus.	Esports Eus.	Fed. Eus.	Turisme Esp.	Esports Esp.	Fed. Esp.
Associació Turística Camprodon															
Regidor esports Camprodon															
Tècnica Turisme Seu d'Urgell	COO.														
Tècnic Esports Seu d'Urgell		COO.													
Club Ciclista Seu d'Urgell		COO.	COL.												
Associació Turística Seu d'Urgell	COO.	COO.													
Regidor esports Seu d'Urgell															
Tècnica Turisme Pont de Suert			COO.												
Tècnica Esports Pont de Suert															
Club Triatló Pont de Suert															

1ª MESURA: SITUACIÓ INICIAL	Turisme Cat:	Esports Cat:	Fed. Cat.	Turisme Ara.	Esports Ara.	Fed. Ara.	Turisme Nav.	Esports Nav.	Fed. Nav.	Turisme Eus.	Esports Eus.	Fed. Eus.	Turisme Esp.	Esports Esp.	Fed. Esp.
Associació Turística Pont de Suert															
Regidor esports Pont de Suert		COO.													
Tècnica Turisme Aínsa				COL.											
Tècnic Esports Aínsa					COO.										
Club Ciclista Aínsa						COL.									
Associació Turística Aínsa				COO.											
Regidora esports Aínsa				COL.	COL.										
Tècnica Turisme Jaca				COL.											
Tècnic Esports Jaca					COO.										COO.
Club Ciclista Jaca						COL.									
Associació Turística Jaca				COO.											

1ª MESURA: SITUACIÓ INICIAL	Turisme Cat:	Esports Cat:	Fed. Cat.	Turisme Ara.	Esports Ara.	Fed. Ara.	Turisme Nav.	Esports Nav.	Fed. Nav.	Turisme Eus.	Esports Eus.	Fed. Eus.	Turisme Esp.	Esports Esp.	Fed. Esp.
Regidor esports Jaca					COL.	COL.									COO.
Tècnica Turisme Isaba							COL.								
Tècnic Esports Isaba								COO.	COO.						
Club Ciclista Isaba								COO.	COL.						
Associació Turística Isaba															
Regidor Esports Isaba									COO.						COO.
Tècnica Turisme Elizondo							COL.								
Tècnic Esports Elizondo								COO.	COO.						
Club Ciclista Baztandarra															
Associació Turística Elizondo							COL.	COO.							
Regidor esports Elizondo								COO.	COL.						

1ª MESURA: SITUACIÓ INICIAL	Turisme Cat:	Esports Cat:	Fed. Cat.	Turisme Ara.	Esports Ara.	Fed. Ara.	Turisme Nav.	Esports Nav.	Fed. Nav.	Turisme Eus.	Esports Eus.	Fed. Eus.	Turisme Esp.	Esports Esp.	Fed. Esp.
Tècnica Turisme Donostia										COL.			COL.		
Tècnic Esports Donostia										COO.		COL.			COO.
Club Ciclista Donostia											COO.	COL.			
Associació Turística Donostia										COL.					
Regidor turisme Donostia										COL.					

Llegenda: Fed: Federació; C: Catalunya, A: Aragó; N: Navarra; E: Euskadi; Es: Espanya. Col-laboració: COL; Cooperació: COO.

Taula 73 - Relacions entre agents locals i agents externs implicats a Transpyr. Generació de vincles

2ª MESURA: GENERACIÓ DE VINCLES	Turisme Cat:	Esports Cat:	Fed. Cat.	Turisme Ara.	Esports Ara.	Fed. Ara.	Turisme Nav.	Esports Nav.	Fed. Nav.	Turisme Eus.	Esports Eus.	Fed. Eus.	Turisme Esp.	Esports Esp.	Fed. Esp.
Organitzador	COL.	COL.	COL.							COL.					
Tècnica Turisme Roses	COL.														
Tècnic Esports Roses		COO.	COL.												COO.
Club Ciclista Roses		COO.	COL.												

2ª MESURA: GENERACIÓ DE VINCLES	Turisme Cat:	Esports Cat:	Fed. Cat.	Turisme Ara.	Esports Ara.	Fed. Ara.	Turisme Nav.	Esports Nav.	Fed. Nav.	Turisme Eus.	Esports Eus.	Fed. Eus.	Turisme Esp.	Esports Esp.	Fed. Esp.
Associació Turística Roses	COO.												COO.		
Regidor turisme Roses			COL.												
Tècnica Turisme Camprodon	COO.	COO.													
Tècnic Esports Camprodon		COO.													
Club Ciclista Camprodon			COL.												
Associació Turística Camprodon															
Regidor esports Camprodon															
Tècnica Turisme Seu d'Urgell	COO.														
Tècnic Esports Seu d'Urgell		COO.													
Club Ciclista Seu d'Urgell		COO.	COL.												
Associació Turística Seu d'Urgell	COO.	COO.													

2ª MESURA: GENERACIÓ DE VINCLES	Turisme Cat:	Esports Cat:	Fed. Cat.	Turisme Ara.	Esports Ara.	Fed. Ara.	Turisme Nav.	Esports Nav.	Fed. Nav.	Turisme Eus.	Esports Eus.	Fed. Eus.	Turisme Esp.	Esports Esp.	Fed. Esp.
Regidor esports Seu d'Urgell															
Tècnica Turisme Pont de Suert			COO.												
Tècnica Esports Pont de Suert															
Club Triatló Pont de Suert															
Associació Turística Pont de Suert															
Regidor esports Pont de Suert		COO.													
Tècnica Turisme Aínsa				COL.											
Tècnic Esports Aínsa					COO.										
Club Ciclista Aínsa						COL.									

2ª MESURA: GENERACIÓ DE VINCLES	Turisme Cat:	Esports Cat:	Fed. Cat.	Turisme Ara.	Esports Ara.	Fed. Ara.	Turisme Nav.	Esports Nav.	Fed. Nav.	Turisme Eus.	Esports Eus.	Fed. Eus.	Turisme Esp.	Esports Esp.	Fed. Esp.
Associació Turística Aínsa				COO.											
Regidora esports Aínsa				COL.	COL.										
Tècnica Turisme Jaca				COL.											
Tècnic Esports Jaca					COO.										COO.
Club Ciclista Jaca						COL.									
Associació Turística Jaca				COO.											
Regidor esports Jaca					COL.	COL.									COO.
Tècnica Turisme Isaba							COL.								
Tècnic Esports Isaba								COO.	COO.						
Club Ciclista Isaba								COO.	COL.						

2ª MESURA: GENERACIÓ DE VINCLES	Turisme Cat:	Esports Cat:	Fed. Cat.	Turisme Ara.	Esports Ara.	Fed. Ara.	Turisme Nav.	Esports Nav.	Fed. Nav.	Turisme Eus.	Esports Eus.	Fed. Eus.	Turisme Esp.	Esports Esp.	Fed. Esp.
Associació Turística Isaba															
Regidor Esports Isaba									COO.						COO.
Tècnica Turisme Elizondo							COL.								
Tècnic Esports Elizondo								COO.	COO.						
Club Ciclista Baztandarra															
Associació Turística Elizondo							COL.	COO.							
Regidor esports Elizondo								COO.	COL.						
Tècnica Turisme Donostia										COL.			COL.		
Tècnic Esports Donostia										COO.		COL.			COO.
Club Ciclista Donostia											COO.	COL.			

2ª MESURA: GENERACIÓ DE VINCLES	Turisme Cat:	Esports Cat:	Fed. Cat.	Turisme Ara.	Esports Ara.	Fed. Ara.	Turisme Nav.	Esports Nav.	Fed. Nav.	Turisme Eus.	Esports Eus.	Fed. Eus.	Turisme Esp.	Esports Esp.	Fed. Esp.
Associació Turística Donostia										COL.					
Regidor turisme Donostia										COL.					

Llegenda: Fed: Federació; C: Catalunya, A: Aragó; N: Navarra; E: Euskadi; Es: Espanya. Col-laboració: COL; Cooperació: COO.

Taula 74 - Relacions entre agents locals i agents externs implicats a Transpyr. Reforçament, afeybliment, manteniment

3ª MESURA: REFORÇAMENT, AFEYBLIMENT, MANTENIMENT	Turisme Cat:	Esports Cat:	Fed. Cat.	Turisme Ara.	Esports Ara.	Fed. Ara.	Turisme Nav.	Esports Nav.	Fed. Nav.	Turisme Eus.	Esports Eus.	Fed. Eus.	Turisme Esp.	Esports Esp.	Fed. Esp.
Organitzador	COL.	COL.	COL.							Col-labor				COO.	COO..
Tècnica Turisme Roses	COL.														
Tècnic Esports Roses		COO.	COL.												COO.
Club Ciclista Roses		COO.	COL.												
Associació Turística Roses	COO.												COO.		
Regidor turisme Roses			COL.												
Tècnica Turisme Camprodon	COO.	COO.													

3ª MESURA: REFORÇAMENT, AFEBLIMENT, MANTENIMENT	Turisme Cat:	Esports Cat:	Fed. Cat.	Turisme Ara.	Esports Ara.	Fed. Ara.	Turisme Nav.	Esports Nav.	Fed. Nav.	Turisme Eus.	Esports Eus.	Fed. Eus.	Turisme Esp.	Esports Esp.	Fed. Esp.
Tècnic Esports Camprodon		COO.													
Club Ciclista Camprodon			COL.												
Associació Turística Camprodon															
Regidor esports Camprodon															
Tècnica Turisme Seu d'Urgell	COO.														
Tècnic Esports Seu d'Urgell		COO.													
Club Ciclista Seu d'Urgell		COO.	COL.												
Associació Turística Seu d'Urgell	COO.	COO.													
Regidor esports Seu d'Urgell															
Tècnica Turisme Pont de Suert			COO.												
Tècnica Esports Pont de Suert															
Club Triatló Pont de Suert															
Associació Turística Pont de Suert															

3ª MESURA: REFORÇAMENT, AFEBLIMENT, MANTENIMENT	Turisme Cat:	Esports Cat:	Fed. Cat.	Turisme Ara.	Esports Ara.	Fed. Ara.	Turisme Nav.	Esports Nav.	Fed. Nav.	Turisme Eus.	Esports Eus.	Fed. Eus.	Turisme Esp.	Esports Esp.	Fed. Esp.
Regidor esports Pont de Suert		COO.													
Tècnica Turisme Aínsa				COL.											
Tècnic Esports Aínsa					COO.										
Club Ciclista Aínsa						COL.									
Associació Turística Aínsa				COO.											
Regidora esports Aínsa				COL.	COL.										
Tècnica Turisme Jaca				COL.											
Tècnic Esports Jaca					COO.										COO.
Club Ciclista Jaca						COL.									
Associació Turística Jaca				COO.											
Regidor esports Jaca					COL.	COL.									COO.
Tècnica Turisme Isaba							COL.								
Tècnic Esports Isaba								COO.	COO.						
Club Ciclista Isaba								COO.	COL.						
Associació Turística Isaba															

3ª MESURA: REFORÇAMENT, AFEBLIMENT, MANTENIMENT	Turisme Cat:	Esports Cat:	Fed. Cat.	Turisme Ara.	Esports Ara.	Fed. Ara.	Turisme Nav.	Esports Nav.	Fed. Nav.	Turisme Eus.	Esports Eus.	Fed. Eus.	Turisme Esp.	Esports Esp.	Fed. Esp.
Regidor Esports Isaba									COO.						COO.
Tècnica Turisme Elizondo							COL.								
Tècnic Esports Elizondo								COO.	COO.						
Club Ciclista Baztandarra															
Associació Turística Elizondo							COL.	COO.							
Regidor esports Elizondo								COO.	COL.						
Tècnica Turisme Donostia										COL.			COL.		
Tècnic Esports Donostia										COO.		COL.			COO.
Club Ciclista Donostia											COO.	COL.			
Associació Turística Donostia										COL.					
Regidor turisme Donostia										COL.					

Legenda: Fed: Federació; C: Catalunya, A: Aragó; N: Navarra; E: Euskadi; Es: Espanya. Col·laboració: COL; Cooperació: COO.

Subgrups

Un estudi dels subgrups de la xarxa formada pels agents implicats en Transpyr abans de que es realitzi cap esdeveniment ens mostra la següent estructura:

Taula 75 - Càlcul dels subgrups (*components binary*) de la xarxa relacional de Transpyr abans de la primera edició

Components	Mida	Proporció
1	1	0,022
2	5	0,109
3	5	0,109
4	5	0,109
5	5	0,109
6	5	0,109
7	5	0,109
8	5	0,109
9	4	0,087
10	1	0,022
11	5	0,109

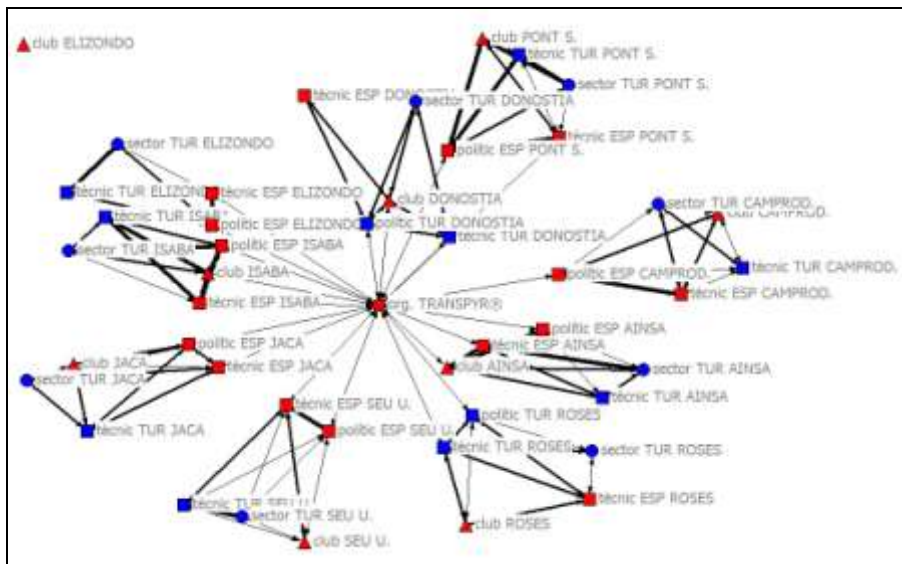
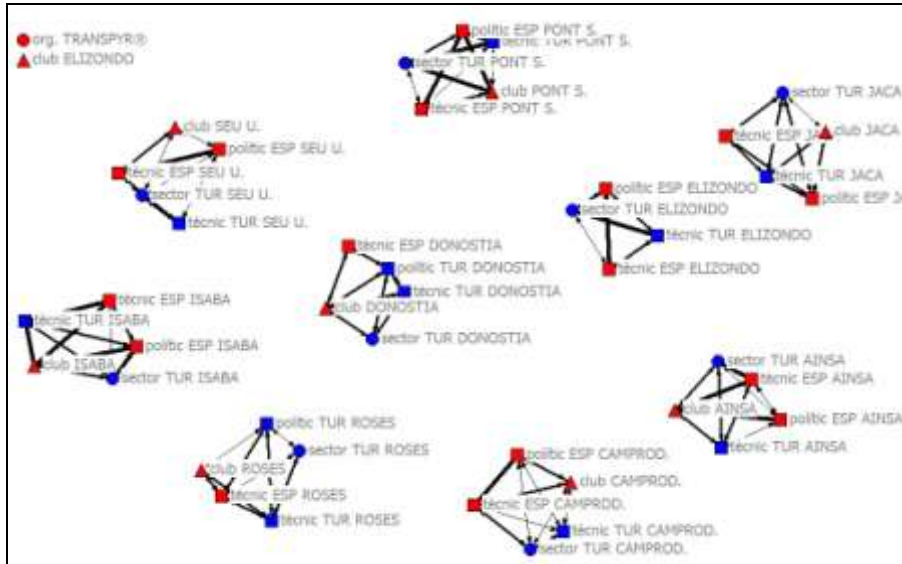
Podem doncs avançar que parlem d'una xarxa absolutament disgregada, amb nou punts d'etapa per un costat i dos elements aïllats, l'organitzador i el Club Ciclista Elizondo. Aquest serà l'únic vincle aïllat quan tornem a fer el càlcul després de la primera edició. Al següent any ja tots formen part d'un únic grup.

Connectivitat interna o cohesió de la xarxa

Modificació en el número de components de cada relació

1ª edició

Figura 33 - Comparació entre la xarxa relacional d'abans i després de la primera edició de Transpyr



La comparació dels gràfics que mostren els vincles entre actors abans i després de la primera edició és conclouent. D'una estructura totalment desintegrada a una estructura en estrella en la que un sol actor aglutina a tota la resta (tret d'un). A més, el fet de poder marcar el gruix de les relacions segons el nombre de components, permet

diferenciar la certa solidesa dels vincles en el sí dels municipis amb la fragilitat de les relacions unidimensionals del nexa amb el centre. No podem pensar doncs en una evolució sòlida de la xarxa.

Taula 76 - número de components en cada relació entre abans i després de la primera edició de Transpyr

Número de components	Abans de Transpyr	Percentatge del total	Després primera edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Evolució
Relacions unidimensionals	23	27,38%	32	31,07%	+ 9	+ 39%
Component social	21	91,30%	24	75,00%	+ 3	+ 14%
Component personal	0	0,00%	0	0,00%	0	0%
Component econòmic	2	8,70%	8	25,00%	+ 6	+ 300%
Relacions bidimensionals	43	51,19%	53	51,46%	+ 10	+ 23%
Funcionals	38	88,37%	48	90,57%	+ 10	+ 26%
Latents	5	11,63%	5	9,43%	0	0%
Aïllades	0	0,00%	0	0,00%	0	0%
Relacions completes	18	21,43%	18	17,48%	0	0%
Total components socials	82	50,31%	95	49,48%	+ 13	+ 16%
Totals components personals	23	14,11%	23	11,98%	0	0%
Total components econòmics	58	35,58%	74	38,54%	+ 16	+ 28%
Total relacions	84		103		+ 19	+ 23%
Total components	163		192		+ 29	+ 18%

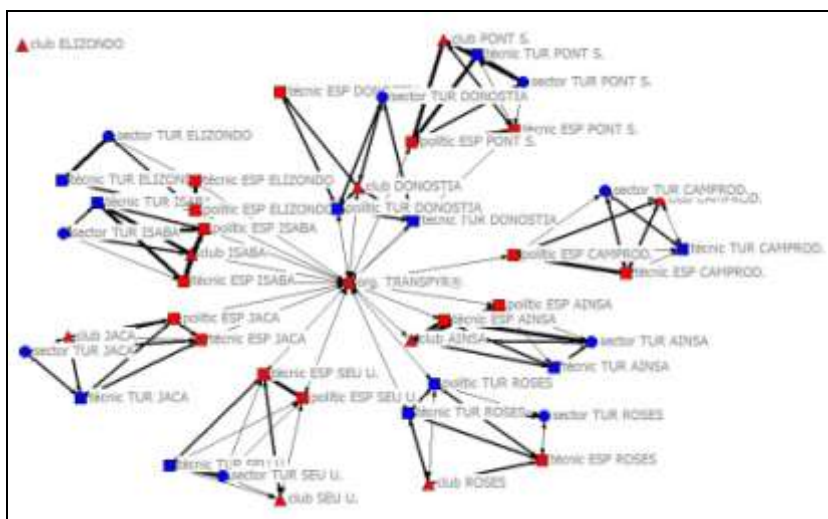
Abans de Transpyr, el percentatge de relacions unidimensionals era el 27,38% de tots els lligams, mentre les bidimensionals eren el 51,19% i les completes un 21,43%. En les connexions bidimensionals, la gran majoria eren les funcionals (és a dir, on hi coincidien els components econòmics i socials) amb un 88,37% de totes les relacions bidimensionals, seguit de les latents amb un 11,63 i amb absència total de les aïllades. La majoria de components entre tots els tipus de vincles eren els socials amb un 50,31%, seguit dels econòmics (35,38%) i finalment dels personals (14,11%).

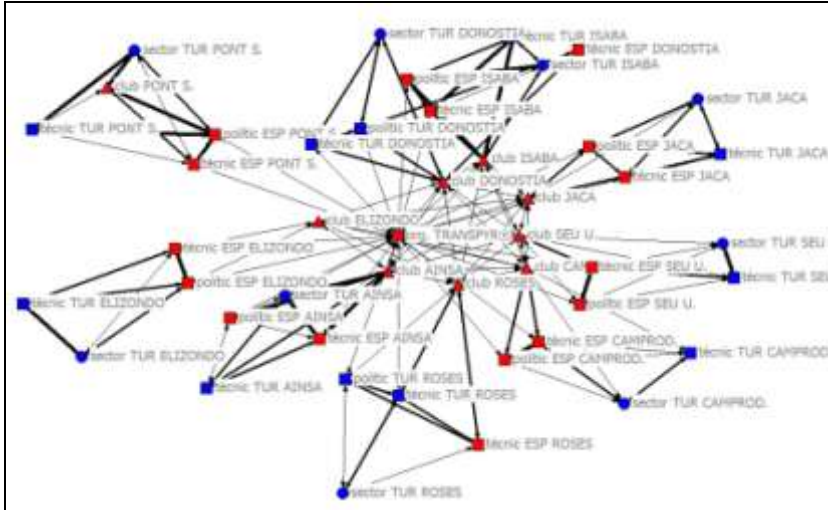
Després de la primera edició, el percentatge de relacions unidimensionals augmenta en 9 noves unions fins convertir-se en el 31,07% de tots els vincles, les bidimensionals també augmenten molt lleugerament en pes relatiu (51,46%) tot i ser 10 noves

relacions bidimensionals. Els lligams complets es mantenen igual i per tant baixen el seu pes relatiu. En de les bidimensionals, totes les noves relacions són funcionals amb el què el pes d'aquestes ja supera el 90%. Dels 29 nous components, augmenten igual els socials (13) i els econòmics (16). En resum, el nombre de connexions s'ha incrementat en 19 noves relacions, un augment del 23%, mentre els components han pujat de 163 a 192, una diferència que representa un creixement del 18%. No es produeix un descens d'unions unidimensionals per convertir-se en més completes, sinó que tot és una generació de nous vincles. Qui en surt més reforçat és el component econòmic, resultat lògic quan estem parlant de la implantació d'un projecte empresarial, tot i que la seva vessant esportiva permet nous nexes socials. De fet, en les relacions bidimensionals que es formen, totes són funcionals. En una observació més detallada apreciem de que gairebé totes les noves unions les crea la figura de l'organitzador. No podem doncs pensar que l'esdeveniment creï nous vincles entre actors del territori tret de les lògiques amb el portador de la iniciativa.

2ª edició

Figura 34 - Comparació entre la xarxa relacional de després de la primera edició i de després de la segona edició de Transpyr





La comparació dels dos gràfics mostra una imatge que perd lleugerament aquella presència tan marcadament d'estrella per anar agafant una estructura més reticular, tot i mantenir un aspecte centralitzat en un grup d'actors.

Taula 77. Número de components en cada relació entre després de la primera i després de la segona edició de Transpyr

Número de components	Després primera edició	Percentatge del total	Després segona edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Evolució
Relacions unidimensionals	32	31,07%	46	32,86%	+ 14	+ 44%
Component social	24	75,00%	30	65,22%	+ 6	+ 25%
Component personal	0	0,00%	0	0,00%	0	0%
Component econòmic	8	25,00%	16	34,78%	+ 8	+ 100%
Relacions bidimensionals	53	51,46%	76	54,29%	+ 23	+ 43%
Funcionals	48	90,57%	71	93,42%	+ 23	+ 48%
Latents	5	9,43%	5	6,58%	0	0%
Aïllades	0	0,00%	0	0,00%	0	0%
Relacions completes	18	17,48%	18	12,86%	0	0%
Total components socials	95	49,48%	124	49,21%	+ 29	+ 31%
Totals components personals	23	11,98%	23	9,13%	0	0%
Total components econòmics	74	38,54%	105	41,67%	+ 31	+ 42%
Total relacions	103		140		+ 37	+ 36%
Total components	192		252		+ 60	+ 31%

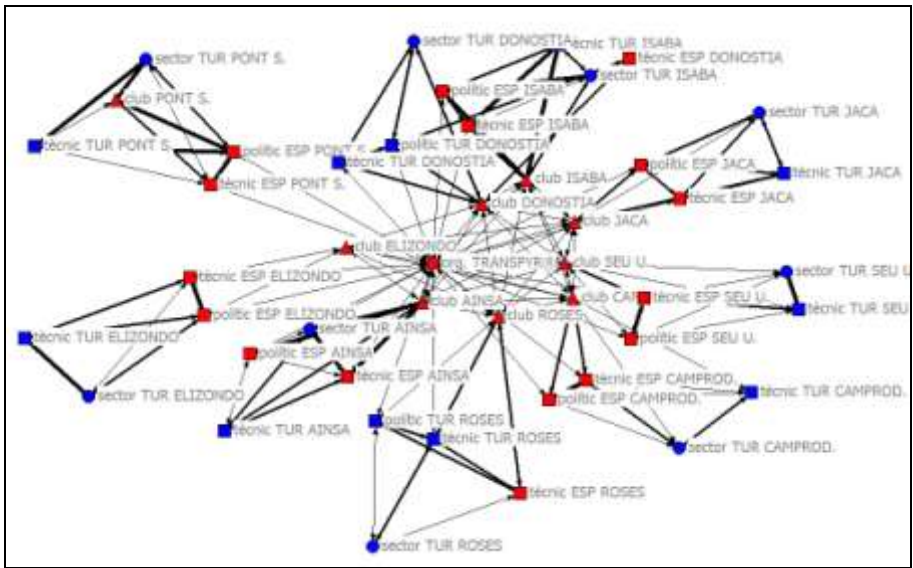
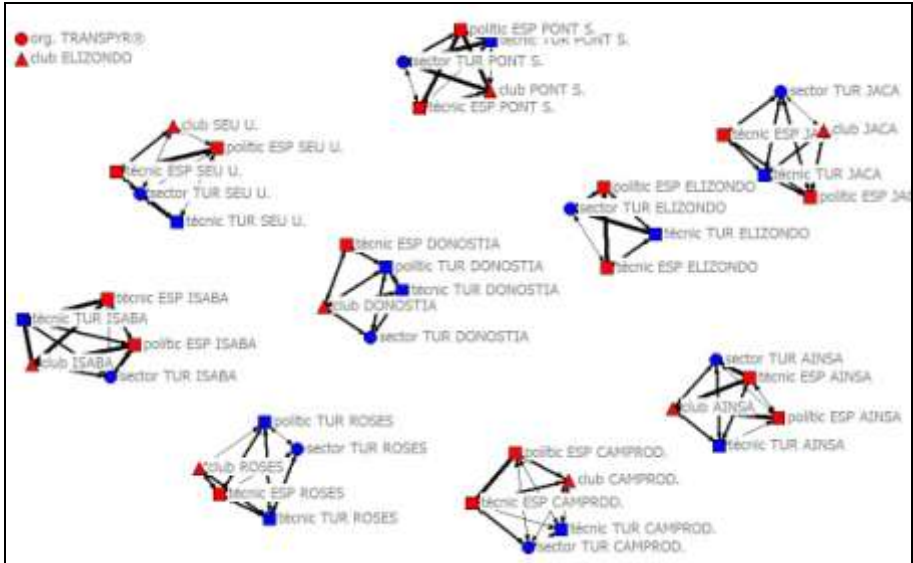
Un cop realitzada la segona edició, les dades mostren que el percentatge de relacions unidimensionals continua augmentant passant de ser el 31,07% de tots els lligams al 32'86%, format sobretot per vincles econòmics o socials. Les relacions bidimensionals també creixen en un percentatge major passant del 51,46% de totes les connexions al 54,29%. Els 23 nous vincles bidimensionals són exclusivament funcionals pel què aquesta modalitat és l'absoluta majoria (93,42%) de totes les relacions bidimensionals. Finalment les unions completes són les que disminueixen en proporció al no haver-n'hi cap de nova. Considerant la suma de tots els components dels diferents tipus de relació veiem com els components socials, tot i augmentar en 29 nous casos baixa en el percentatge de tots els components, provocat per l'augment de 31 nous components econòmics que representa un creixement del 42%.

En una visió més global, en la segona edició, el nombre de relacions ha augmentat de 37 noves connexions, el què representa un ascens del 36%, mentre que els components, creixien de 192 a 252, és a dir, una pujada del 31%.

En resum, la taula ens presenta una fase més evolucionada de la primera edició. Lligams que continuen creixent, aquest cop de manera més important però sempre en la mateixa dinàmica. Creixement equilibrat entre relacions i components, majoria de nexes bidimensionals i tots ells funcionals. Increment similar entre les relacions unidimensionals socials i econòmiques. L'estudi més profund de l'origen d'aquesta ampliació explica que els clubs implicats en la iniciativa Challenge han creat connexions econòmiques amb l'organitzador i els altres clubs, mentre que els que s'han afegit a la iniciativa SPIRIT de participació d'equips del club d'etapa, han generat nexes socials amb els altres participants. Això ens porta a que hi hagi una sèrie de localitats que creen noves relacions funcionals (social de SPIRIT i econòmica de Challenge) amb municipis de iniciativa semblant, municipis que generen només vincles unidimensionals socials perquè només han participat a la iniciativa SPIRIT o econòmics perquè només s'han apuntat a la Challenge. El fet de trobar nous lligams entre agents de municipis diferents dóna una nova dimensió a l'evolució de la xarxa.

Total

Figura 35 - comparació entre la xarxa relacional d'abans de la primera edició de Transpyr i després de la segona edició



La comparació de gràfics entre abans i després de dues edicions acaba de donar la visió del què ha significat Transpyr pels agents territorials en dues edicions, units per un sol actor però ara també pels clubs ciclistes de cada municipi.

Taula 78 - Número de components en cada relació entre abans de Transpyr i després de la segona edició

Número de components	Abans de Transpyr	Percentatge del total	Després segona edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Evolució
Relacions unidimensionals	23	27,38%	46	32,86%	+ 23	+ 100%
Component social	21	91,30%	30	65,22%	+ 9	+ 43%
Component personal	0	0,00%	0	0,00%	0	0%
Component econòmic	2	8,70%	16	34,78%	+ 14	+ 700%
Relacions bidimensionals	43	51,19%	76	54,29%	+ 33	+ 77%
Funcionals	38	88,37%	71	93,42%	+ 33	+ 87%
Latents	5	11,63%	5	6,58%	0	0%
Aïllades	0	0,00%	0	0,00%	0	0%
Relacions completes	18	21,43%	18	12,86%	0	0%
Total components socials	82	50,31%	124	49,21%	+ 42	+ 51%
Totals components personals	23	14,11%	23	9,13%	0	0%
Total components econòmics	58	35,58%	105	41,67%	+ 47	+ 81%
Total relacions	84		140		+ 56	+ 67%
Total components	163		252		+ 89	+ 55%

Ajuntant les dues taules anteriors, ara el què tenim és un creixement espectacular de les relacions (fins a 56) i dels components (89). Aquest augment dels vincles es reparteix entre les relacions unidimensionals que creixen un 100% (especialment les econòmiques que passen de 2 a 16) i els lligams bidimensionals que ho fan un 77% (pujada basada exclusivament en les funcionals) . En canvi no hi ha creació d'unions completes. La distància potser no ho permet. Especialment interessant és el cas del Club Ciclista Baztandarra que va entrar en l'àmbit públic a partir de la seva intenció de ser un dels equips representants de Punt d'Etapa (iniciativa Transpyr SPIRIT), en aquest cas, d'Elizondo. Fins llavors la seva presència en cada una de les mesures anteriors era inexistent i cap actor sabia de la seva existència.

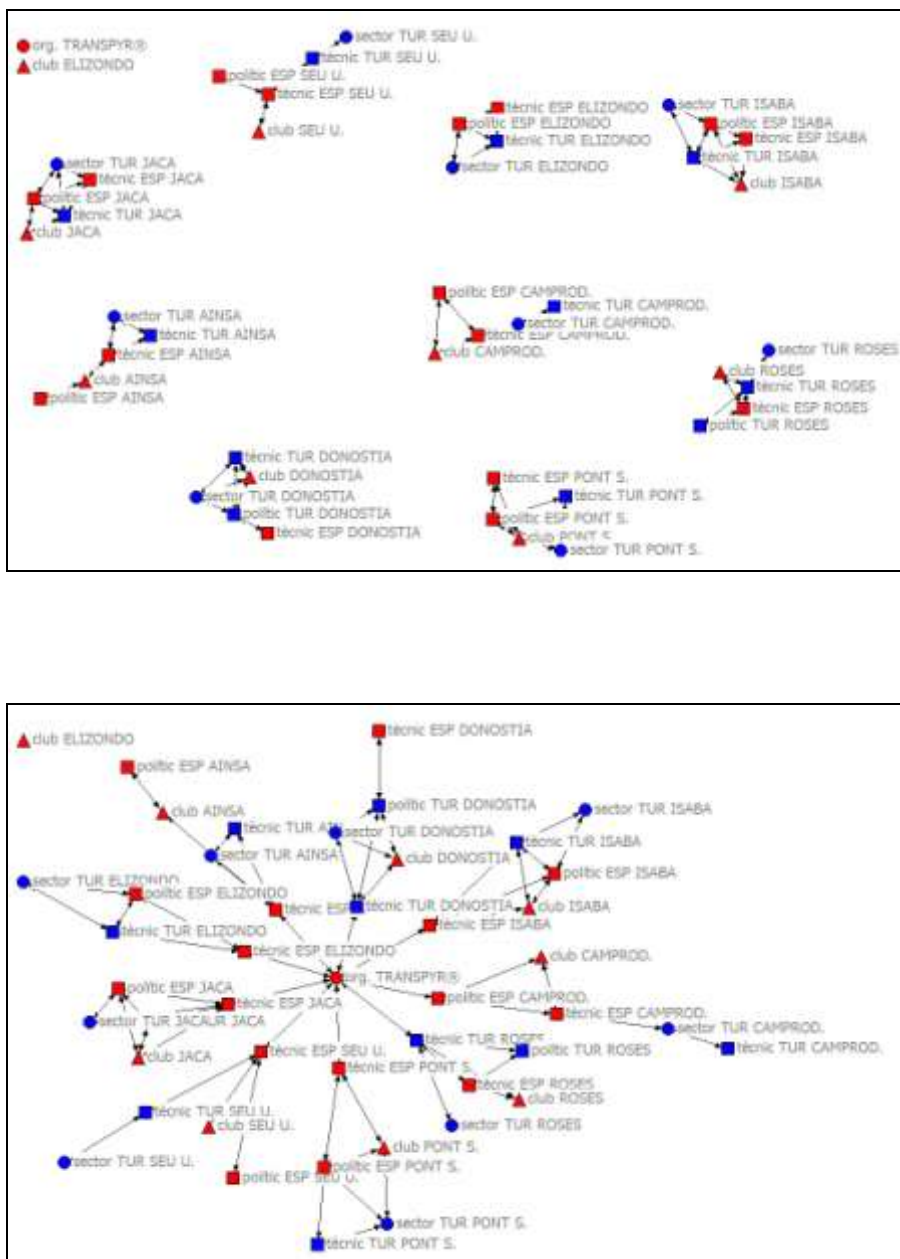
Resumint, hi ha un ascens de vincles de caire econòmic i social però no s'observa un enfortiment de la xarxa a nivell de relacions plenes perquè el nombre de components personals no varia en absolut. La llunyania dels municipis fa pensar que és difícil que s'acabin reforçant vincles personals. Potser qui estarà més proper a aconseguir-ho serà

l'organitzador que té un contacte freqüent amb els diferents agents. Tot i així, en nombres absoluts i relatius, el creixement de relacions i components ens fa concloure que l'organització de Transpyr genera nous nexes entre els agents.

Modificació en la densitat de la xarxa de relacions funcionals

1ª edició

Figura 36 - comparació entre la xarxa relacional funcional d'abans i després de la primera edició de Transpyr



La comparació entre les xarxes específicament funcionals d'abans i després de l'esdeveniment mostra una evolució a una forma d'estrella fins i tot més marcada de l'anàlisi de totes les relacions . Alguns elements estan units amb altres amb una sèrie de lligams únics el què ens presenta una xarxa molt fràgil. Podem dir que el primer pas de l'evolució de Transpyr es defineix per l'aparició d'un organitzador que es converteix en l'únic element d'unió entre la resta de components, i ho fa a través d'uns actors que són els seus agents de contacte amb els punts d'etapa.

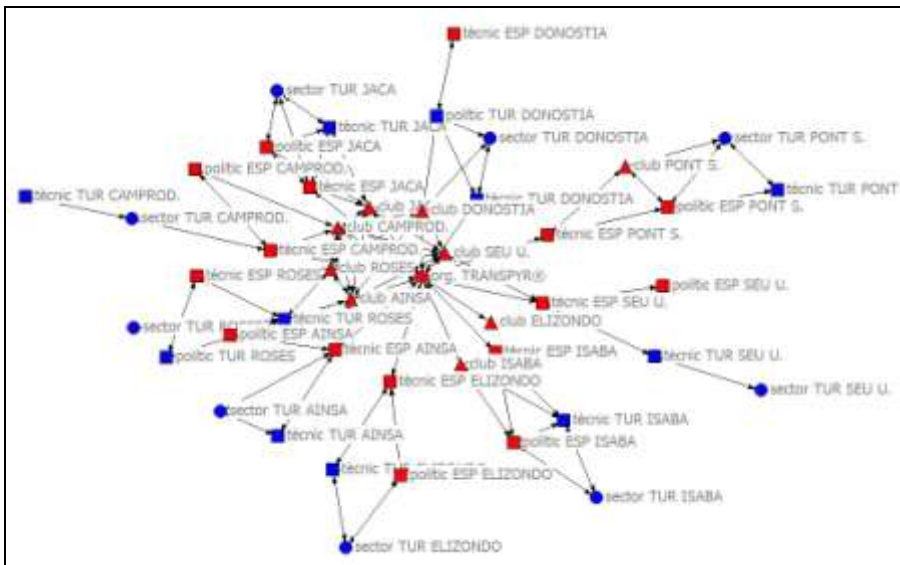
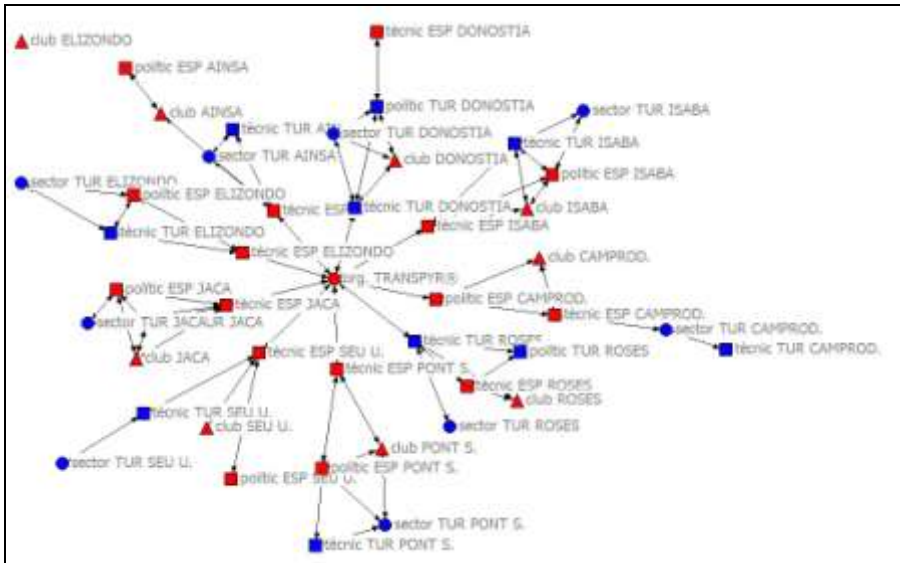
Taula 79 - diferència en la densitat de les xarxes funcionals entre abans i després de la primera edició de Transpyr

	Abans de Transpyr	Després primera edició	Diferència absoluta	Diferència relativa
Densitat de la xarxa	5,31	6,28	+0,97	+ 18%
<i>Average Degree (mean)</i>	2,4	2,8	+ 0,4	+ 17%

Des del punt de vista de l'evolució de la densitat, el canvi, tot i ser ben reduït, a nivell absolut doncs només hi ha un augment de 0,97, no deixa de ser substancial si el tenim en compte en nombres relatius ja que l'augment és del 18%.

2ª edició

Figura 37 - comparació entre la xarxa relacional funcional de després de la primera edició i de després de la segona edició de Transpyr



De nou una evolució a una forma menys estrellada i molt interessant des del punt de vista de l'aparició d'uns actors, els clubs ciclistes (triangles vermells) que ocupen la part central de la xarxa.

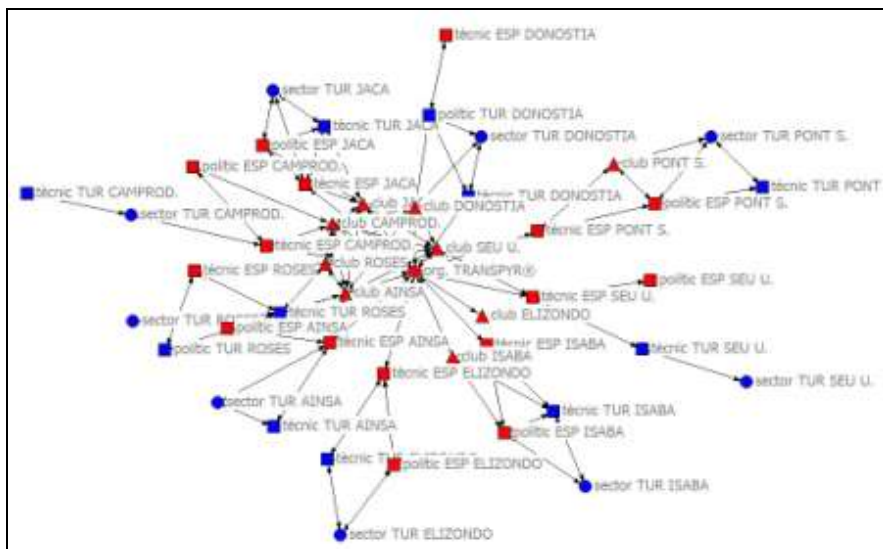
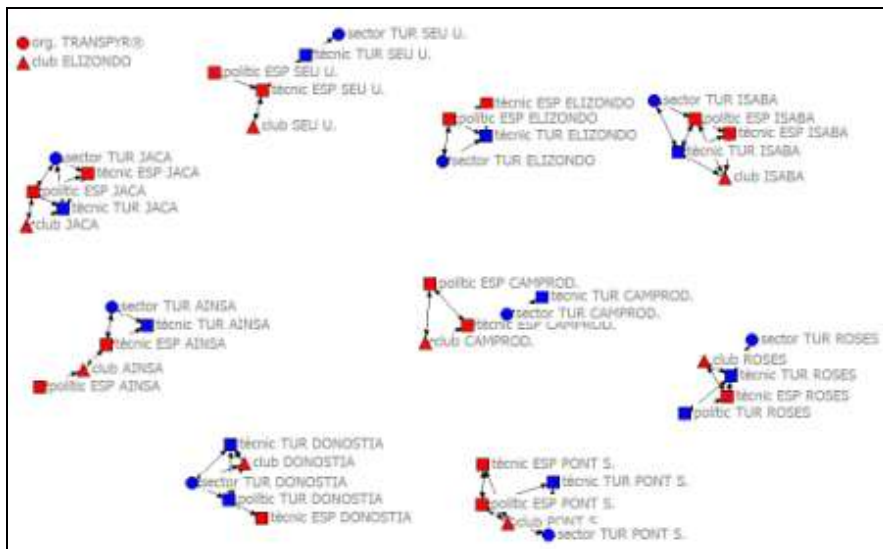
Taula 80 - Diferència en la densitat de les xarxes funcionals entre després de la primera i de la segona edició de Transpyr

	Després primera edició	Després segona edició	Diferència absoluta	Diferència relativa
Densitat de la xarxa	6,28	8,60	+2.32	+ 37%
<i>Average Degree (mean)</i>	2,8	3,9	+ 1,1	+ 39%

Observem un increment de la densitat significatiu a nivell absolut (2,32) i relatiu (37%).

Total

Figura 38 - Comparació entre la xarxa relacional funcional d'abans de la primera i després de la segona edició de Transpyr



La diferència entre els dos gràfics del principi i del final és impactant i demostra una retícula que comença a formar-se.

Taula 81 - Diferència en la densitat de les xarxes funcionals entre abans de Transpyr i després de la segona edició

	Abans de Transpyr	Després segona edició	Diferència absoluta	Diferència relativa
Densitat de la xarxa	5,31	8,60	+3,29	+ 62%
Average Degree (mean)	2,4	3,9	+ 1,5	+ 63%

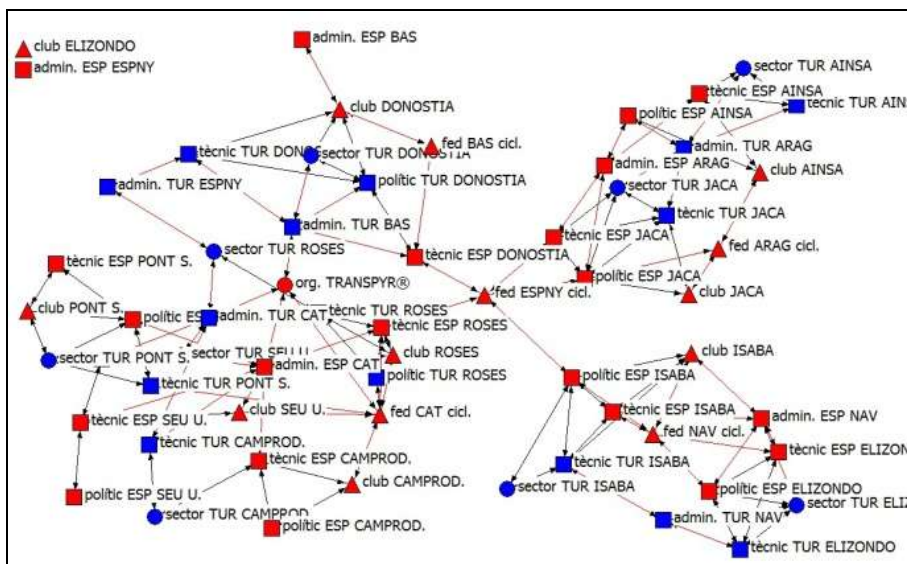
En resum, un augment relatiu del 62% tot i que en nombres absoluts ens moguem en un estadi de densitat molt baixa amb un creixement de 3,29.

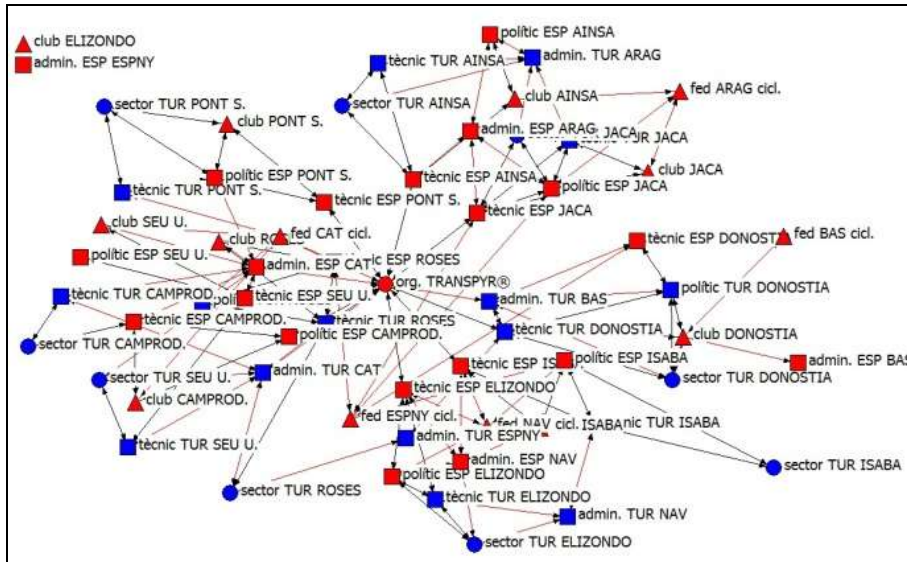
Connectivitat Externa

Modificació en el número d'agents externs

Primera edició

Figura 39 - Comparació entre les xarxes externes d'abans i després de la primera edició de Transpyr





En l'observació detinguda dels dos gràfics sobresurten alguns indicadors interessants. En el primer el paper de les federacions ciclistes, especialment l'espanyola que serveix de nucli aglutinador de la xarxa i a nivell més regional, són l'entitat que més aglutinen als municipis. Aquesta funció es perd lleugerament en la primera edició, passant d'unes posicions més centrals a desplaçar-se a la perifèria. D'altra banda els colors ens mostren com en el primer gràfic els actors s'agrupen segons el tipus d'àmbit en que es mouen mentre que en el segon ja hi ha una barreja més gran.

Taula 82 - Diferència en el número de d'agents externs entre abans i després de la primera edició de Transpyr

	Abans de Transpyr	Després primera edició	Diferència	Diferència relativa
Número d'agents externs	14	14	0	0%

La celebració de la primera edició de l'esdeveniment Transpyr no va implicar cap entrada de nous actors externs a les xarxes locals.

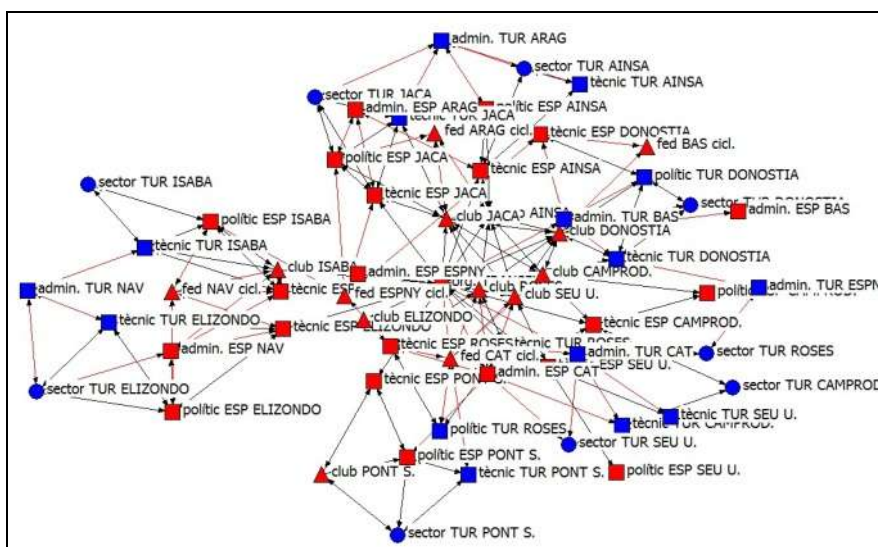
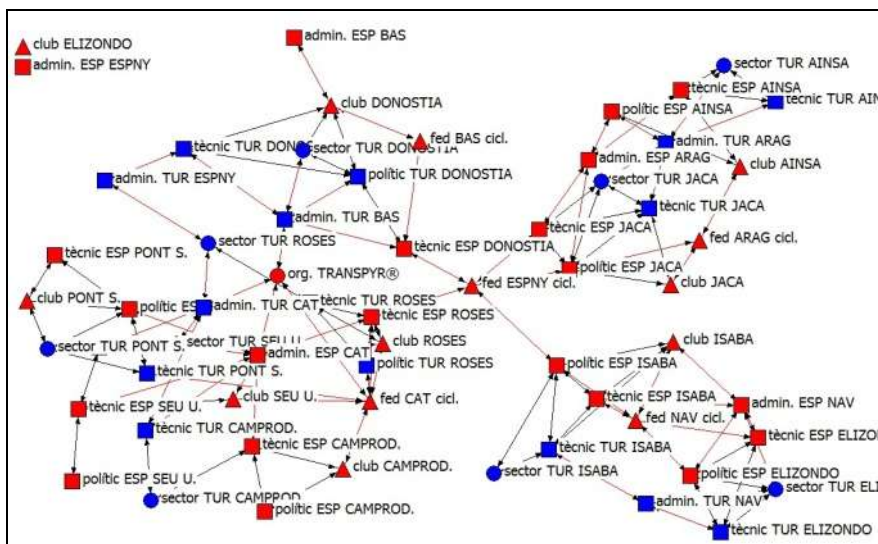
Taula 83 - Diferència en el número de d'agents externs entre després de la primera i de la segona edició de Transpyr

	Després primera edició	Després segona edició	Diferència absoluta	Diferència relativa
Número d'agents externs	14	15	+ 1	+7,14%

La segona edició només genera un increment d'un agent extern, el Consejo Superior de Deportes, a través de l'organitzador i per tant la transformació no és destacable.

Total

Figura 41 - Comparació entre les xarxes externes d'abans de la primera i després de la segona edició de Transpyr



A nivell gràfic la diferència entre abans de la prova i després de dues edicions no és notable. Com a molt podem veure com el sector aragonès aconsegueix entrar de manera més clara en la xarxa general.

Taula 84 - Diferència en el número de d'agents externs entre abans de Transpyr i després de la segona edició

	Abans de Transpyr	Després segona edició	Diferència absoluta	Diferència relativa
Número d'agents externs	14	15	+ 1	+7,14%

Podem concloure doncs, que Transpyr no representa, en les dues primeres edicions cap canvi important a nivell d'increment d'agents externs.

Modificació en el nombre de vincles entre agents externs i interns

Primera edició

Taula 85 - Diferència entre abans i després de la primera edició de Transpyr en el nombre de vincles i la densitat de la xarxa (relacionada amb els vincles possibles) entre els agents externs i interns

	Abans de Transpyr	Després primera edició	Diferència	Diferència relativa
Nombre de vincles	62	62	0	0
Densitat de la xarxa	9	9	0	0

No hi ha absolutament cap variació.

Segona edició

Taula 86 - Diferència entre després de la primera i la segona edició de Transpyr en el nombre de vincles i la densitat de la xarxa (relacionada amb els vincles possibles) entre els agents externs i interns

	Després primera edició	Després segona edició	Diferència	Diferència relativa
Nombre de vincles	62	64	+ 2	+ 3,23%
Densitat de la xarxa	9	9,3	0,3	+ 3,23%

En la segona edició hi ha dos nous vincles que afecten molt lleugerament (creixement de 3,23%) la densitat de la xarxa que passa de 9 a 9,3.

Total

Taula 87 - Diferència entre abans de Transpyr i la segona edició en el nombre de vincles i la densitat de la xarxa (relacionada amb els vincles possibles) entre els agents externs i interns

	Abans de Transpyr	Després segona edició	Diferència	Diferència relativa
Nombre de vincles	62	64	+ 2	+ 3,23%
Densitat de la xarxa	9	9,3	0,3	+ 3,23%

Tot i no augmentar significativament en el nombre d'agents externs, podríem pensar que Transpyr genera un increment de les relacions amb aquests actors. Tot i així, no es generen nous nexes doncs els que es creen estan lligats exclusivament a l'organitzador i per tant no aporta nous lligams entre elements dels municipis i les xarxes externes.

Modificació en el tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002)

Primera edició

Taula 88 - Comparació entre tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002) entre abans i després de la primera edició de Transpyr

Tipus de components	Abans de Transpyr	Percentatge del total	Després primera edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Diferència del percentatge
Relacions de cooperació	34	54,84%	33	53,23%	-1	-1,61
Relacions de col·laboració	28	45,16%	29	46,77%	+ 1	+ 1,61
Total	62		62		0	

Observem tan sols l'evolució a més complexitat d'una sola relació passant els lligams de col·laboració de 28 a 29, és a dir, el 46,77% de totes les relacions externes.

Segona edició

Taula 89 - comparació entre tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002) entre després de la primera i la segona edició de Transpyr

Tipus de components	Després primera edició	Percentatge del total	Després segona edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Diferència del percentatge
Relacions de cooperació	33	53,23%	35	54,69%	+ 2	+ 1,46
Relacions de col·laboració	29	46,77%	29	45,31%	0	-1,46
Total	62		64		+ 2	

Les dues noves relacions que es generen són de cooperació, per tant a mitjà termini i deixen les connexions de cooperació amb 54,69% de les relacions externes.

Total

Taula 90 - Comparació entre tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002) entre abans de Transpyr i després de la segona edició

Tipus de components	Abans de Transpyr	Percentatge del total	Després segona edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Diferència del percentatge
Relacions de cooperació	34	54,84%	35	54,69%	+ 1	-0,15
Relacions de col·laboració	28	45,16%	29	45,31%	+ 1	+ 0,15
Total	62		64		+ 2	

A nivell de la qualitat de les relacions amb els agents externs, tampoc podem parlar d'una transformació destacable doncs un augment del 0,15% és poc rellevant. Podem parlar ja doncs de que Transpyr es troba, o bé en un nivell massa primerenc o bé és un esdeveniment que no generarà elements externs.

Modularitat

Recordem que l'estudi de la modularitat s'ha fet sobre les xarxes relacionals funcionals (és a dir, aquelles que consideraven només les relacions que tenien els components social i econòmic), de Transpyr, abans i després de les successives edicions.

Abans de Transpyr

Core / Periphery

Taula 91 - Matriu d'adjacència del model Centre / Perifèria de les relacions funcionals abans de Transpyr

	1	2
1	0,356	0,000
2	0,000	0,062

Els gràfics ja ho avançaven, però l'estudi de les dades que sorgeixen en examinar la taula de densitat del model *Core/Periphery* deixa ben clar que no podem parlar d'un centre i una perifèria doncs el requadre 2/2 és més gran que els requadres 2/1 i 1/2.

Factions

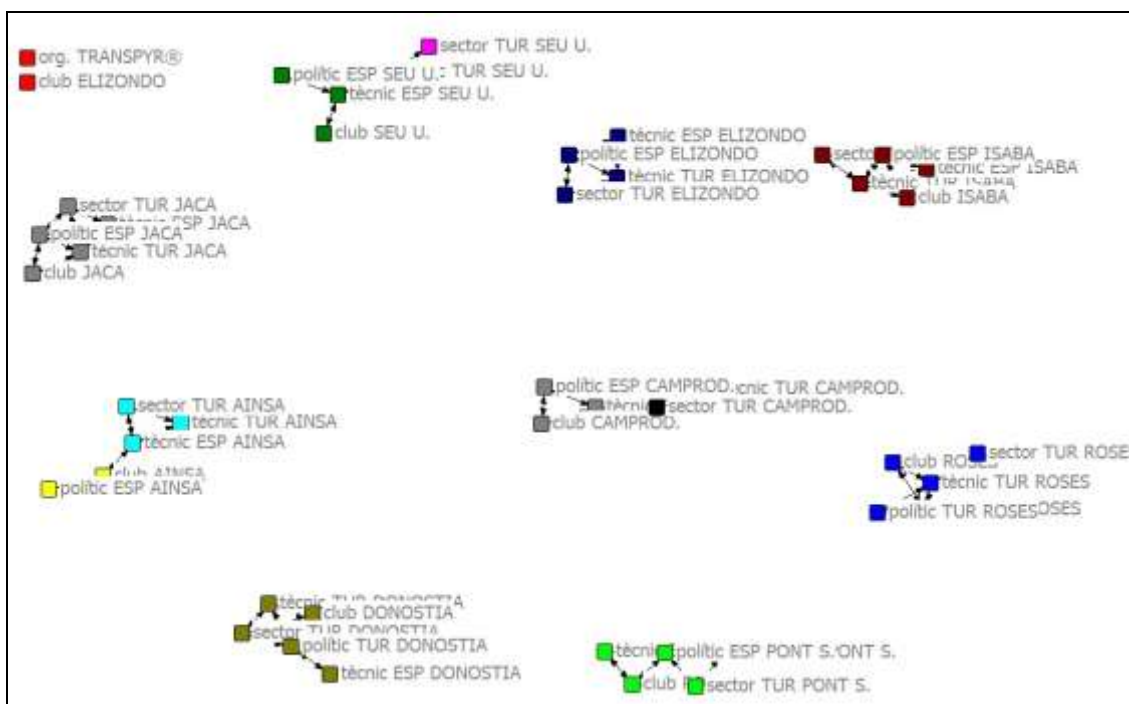
Algoritme Girvan Newmann:

Taula 92 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional abans de Transpyr

Divisió en 12 clústers:	Q = 0.838
Divisió en 14 clústers:	Q = 0.806
Divisió en 16 clústers:	Q = 0.740

El càlcul de l'algoritme Girvan Newmann ens fa pensar que la partició podria ser de dotze clústers doncs el resultat més elevat és el d'aquesta divisió.

Figura 42 - Càlcul de l'algorisme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional abans de Transpyr



La utilització del model Girvan Newmann ens permet veure com la xarxa abans de la prova s'estructura bàsicament seguint els punts d'etapa. Una excepció són els dos actors aïllats (club ciclista Elizondo i l'organitzador) i un parell de municipis (Aínsa i Seu d'Urgell) que separen els agents en dos faccions diferents.

Taula 93 - Densitat de les taules de l'anàlisi de xarxes funcionals abans de Transpyr considerant dotze faccions

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	0,6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0,33	0	0	0	0	0,11	0	0	0	0	0,08
3	0	0	0,33	0	0	0	0	0,11	0	0	0	0
4	0	0	0	0,8	0	0	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0,83	0	0	0	0	0	0	0
6	0	0	0	0	0	0,33	0	0	0	0	0,11	0
7	0	0,11	0	0	0	0	0,67	0	0	0	0	0
8	0	0	0,11	0	0	0	0	1	0	0	0	0
9	0	0	0	0	0	0	0	0	0,7	0	0	0
10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,8	0	0
11	0	0	0	0	0	0,11	0	0	0	0	1	0
12	0	0,08	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

Es pot parlar de *factions* doncs s'observa clarament com la diagonal té uns valors propers a l'u mentre la resta de valors són baixíssims o fins i tot zero. Això té certa lògica des del moment en que ja hem observat que no hi havia una estructura Centre / Perifèria.

Després de la primera edició de Transpyr

Core / Periphery:

Taula 94 - Matriu d'adjacència del model Centre / Perifèria de les relacions funcionals després de la primera edició de Transpyr

	1	2
1	0,524	0,037
2	0,037	0,059

En aquesta taula podem observar com ens hem apropat lleugerament a una estructura Centre – Perifèria. Com observàvem a la figura corresponent, al centre hi ha un grup d'actors, (l'organitzador i els agents que serveixen d'enllaç entre aquest i el punt d'etapa) amb uns valors que fan pensar en un centre mentre els altres estarien a la perifèria. Però aquesta evolució encara no és clara.

Factions

Algoritme Girvan Newmann:

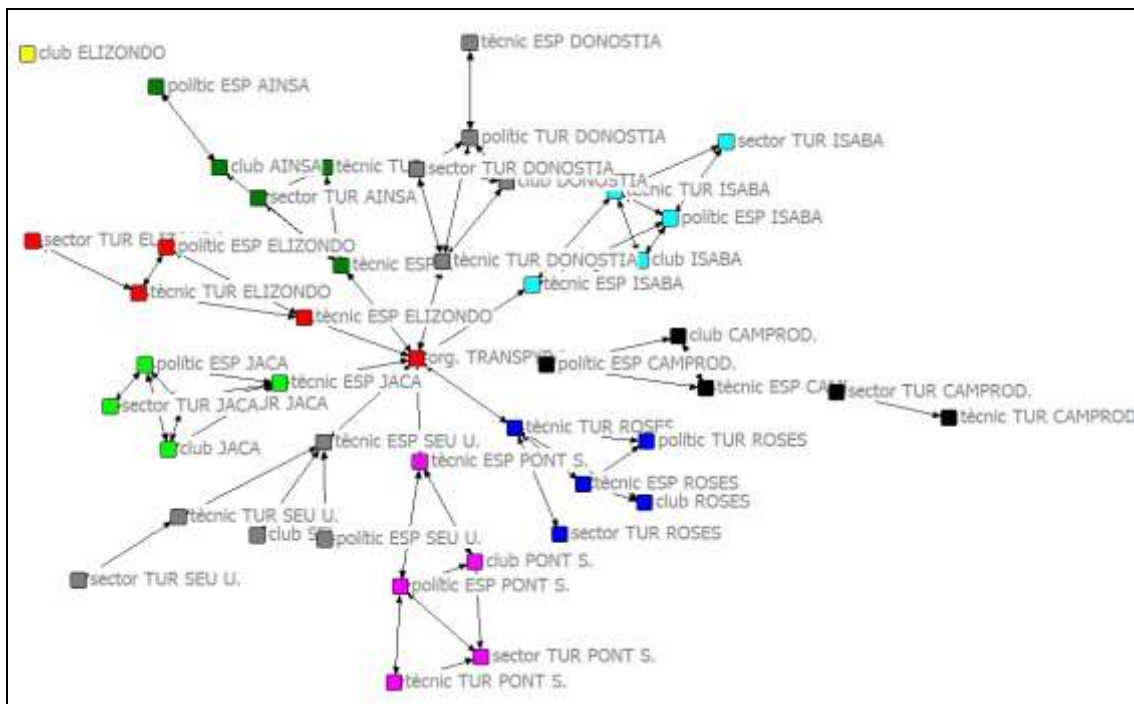
Taula 95 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional després de la primera edició de Transpyr

Divisió en 9 clústers:	Q = 0.759
Divisió en 12 clústers:	Q = 0.721
Divisió en 15 clústers:	Q = 0.689
Divisió en 17 clústers:	Q = 0.634

La diferència amb el gràfic anterior és molt discreta. La partició en clústers després de la segona edició es redueix a nou elements, si bé per ser més exactes i seguint el gràfic,

podem parlar de 10 clústers. Es tracta dels nou punts d'etapa i l'element aïllat. L'organitzador queda englobat, amb el municipi d'Elizondo però se'l podria relacionar més amb elements que, per ser el contacte es desplacen a l'interior de l'estructura (bàsicament tècnics d'esports, tret de Roses i Donostia que són el tècnic de turisme).

Figura 43 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional després de la primera edició de Transpyr



Taula 96 - Densitat de les taules de l'anàlisi de xarxes funcionals després de la primera edició de Transpyr considerant deu *factions*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	0,7	0,05	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0,05	0,67	0,05	0,06	0,05	0,08	0,05	0,05	0,05	0,05
3	0	0,05	0,9	0	0	0	0	0	0	0
4	0	0,06	0	0,83	0	0	0	0	0	0
5	0	0,05	0	0	0,8	0	0	0	0	0
6	0	0,08	0	0	0	0,33	0	0	0	0
7	0	0,05	0	0	0	0	0,7	0	0	0
8	0	0,05	0	0	0	0	0	0,4	0	0
9	0	0,05	0	0	0	0	0	0	0,5	0
10	0	0,05	0	0	0	0	0	0	0	0,6

També es pot parlar clarament d'una estructura en *factions* tot i que l'element 2, que integra la figura de l'organitzador destaquí per una certa connexió (de fet de valors gairebé insignificants) amb la resta dels elements.

Després de la segona edició de Transpyr

Core / Periphery:

Taula 97 - Matriu d'adjacència del model Centre / Perifèria de les relacions funcionals després de la segona edició de Transpyr

	1	2
1	1,000	0,088
2	0,088	0,059

Taula 98 – Agents al core i a la perifèria

Centre:	Perifèria:	
Organitzador	Polític Roses	Tècnic esports Aínsa
Club ciclisme Roses	Tècnic turisme Roses	Sector turisme Aínsa
Club ciclisme Camprodon	Tècnic esports Roses	Polític Jaca
Club ciclisme Seu d'Urgell	Sector turisme Roses	Tècnic turisme Jaca
Club ciclisme Aínsa	Polític Camprodon	Tècnic esports Jaca
Club ciclisme Jaca	Tècnic turisme Camprodon	Sector turisme Jaca
Club ciclisme Isaba	Tècnic esports Camprodon	Polític Isaba
Club ciclisme Donostia	Sector turisme Camprodon	Tècnic turisme Isaba
	Polític Seu d'Urgell	Tècnic esports Isaba
	Tècnic turisme Seu d'Urgell	Sector turisme Isaba
	Tècnic esports Seu d'Urgell	Polític Elizondo
	Sector turisme Seu d'Urgell	Tècnic turisme Elizondo
	Polític Pont de Suert	Tècnic esports Elizondo
	Tècnic turisme Pont de Suert	Sector turisme Elizondo
	Tècnic esports Pont de Suert	Club ciclisme Elizondo
	Sector turisme Pont de Suert	Polític Donostia
	Club ciclisme Pont de Suert	Tècnic turisme Donostia
	Polític Aínsa	Tècnic esports Donostia
	Tècnic turisme Aínsa	Sector turisme Donostia

A la taula de dades calculades segons l'algoritme *Core / Periphery* veiem clarament com s'ha constituït un grup molt dens que hem de poder considerar el centre de la xarxa i que està format per tots els clubs ciclistes, tret de dues excepcions (els clubs ciclistes de El Pont de Suert i Elizondo). Es reforça doncs la idea de que les iniciatives Transpyr Challenge i Transpyr SPIRIT han aconseguit teixir un nucli relativament unit al centre de la xarxa.

Evolució del model Centre / Perifèria en les dues edicions

Taula 99 - Resultats del model Centre / Perifèria abans de Transpyr i després de la primera i la segona edició

Abans de Transpyr			Després primera edició			Després segona edició		
	1	2		1	2		1	2
1	0,356	0,000	1	0,524	0,037	1	1,000	0,088
2	0,000	0,062	2	0,037	0,059	2	0,088	0,059

En aquest cas si que veiem una evolució interessant des d'una estructura en què no hi ha un model de centre perifèria cap a un que finalment es va consolidant.

Factions

Algoritme Girvan Newmann:

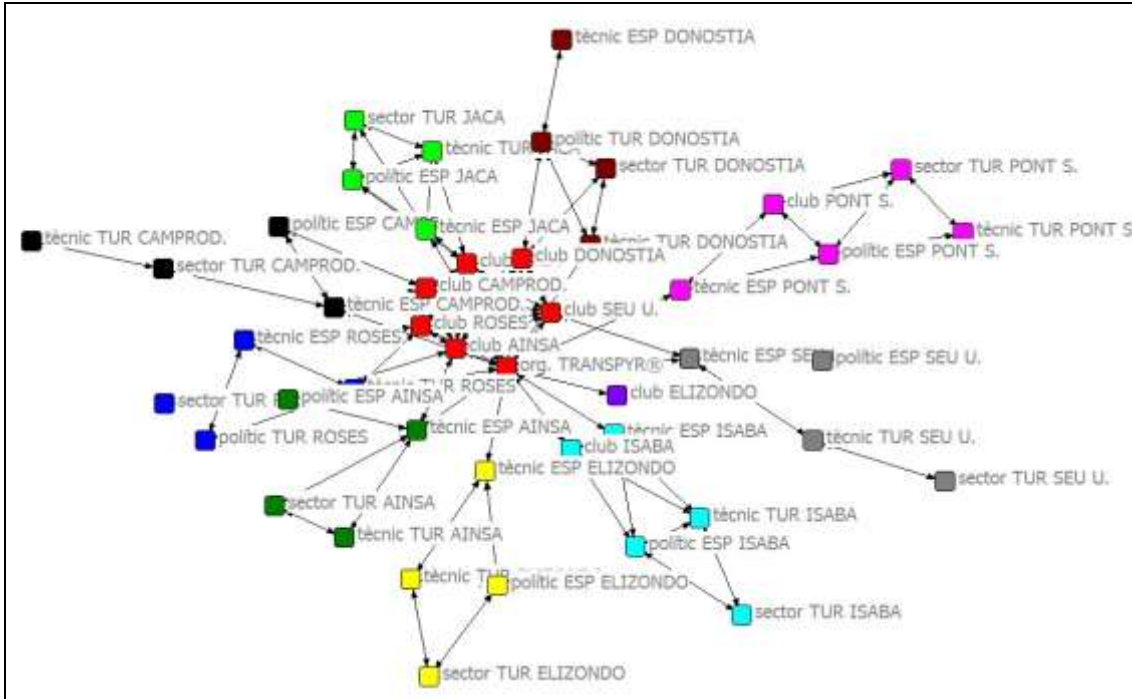
Taula 100 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newmann per la xarxa relacional funcional després de la segona edició de Transpyr

Divisió en 8 clústers:	Q = 0.513
Divisió en 9 clústers:	Q = 0.531
Divisió en 10 clústers:	Q = 0.525
Divisió en 11 clústers:	Q = 0.541
Divisió en 13 clústers:	Q = 0.526

La partició en clústers després de la segona edició, presenta una evolució molt interessant. Els clubs formen un clúster per si sols amb l'organitzador i la resta són els nou punts d'etapa sense clubs, més el club ciclista Elizondo que sembla dubtar entre

incorporar-se al nucli dels clubs o bé afegir-se al seu municipi; ambdós lligams són massa febles. En resum, divisió en 11 clústers.

Figura 44 - Càlcul de l'algoritme Girvan Newman per la xarxa relacional funcional després de la segona edició de Transpyr



Taula 101 - Densitat de les taules de l'anàlisi de xarxes funcionals després de la segona edició de Transpyr considerant onze *factions*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	0,5	0	0	0	0	0	0	0,07	0	0	0
2	0	1	0	0	0	0,17	0	0,21	0	0	0
3	0	0	0,83	0	0	0	0	0,04	0	0	0
4	0	0	0	0,67	0	0	0	0,11	0	0	0
5	0	0	0	0	0,67	0	0	0,14	0	0	0
6	0	0,17	0	0	0	0,33	0	0,05	0	0	0
7	0	0	0	0	0	0	0,7	0,03	0	0	0
8	0,07	0,21	0,04	0,11	0,14	0,05	0,03	1	0,11	0,06	0,14
9	0	0	0	0	0	0	0	0,11	0,67	0	0
10	0	0	0	0	0	0	0	0,06	0	0,8	0
11	0	0	0	0	0	0	0	0,14	0	0	1

Encara es pot parlar d'una estructura en *factions* encara que ja s'observen més elements que comencen a teixir unions amb altres actors. El número 6 és el club

Elizondo amb dos agents de Camprodon (per això té tan poca estructura) i el número 8 són els clubs amb l'organitzador (forts entre ells i en les relacions amb els altres).

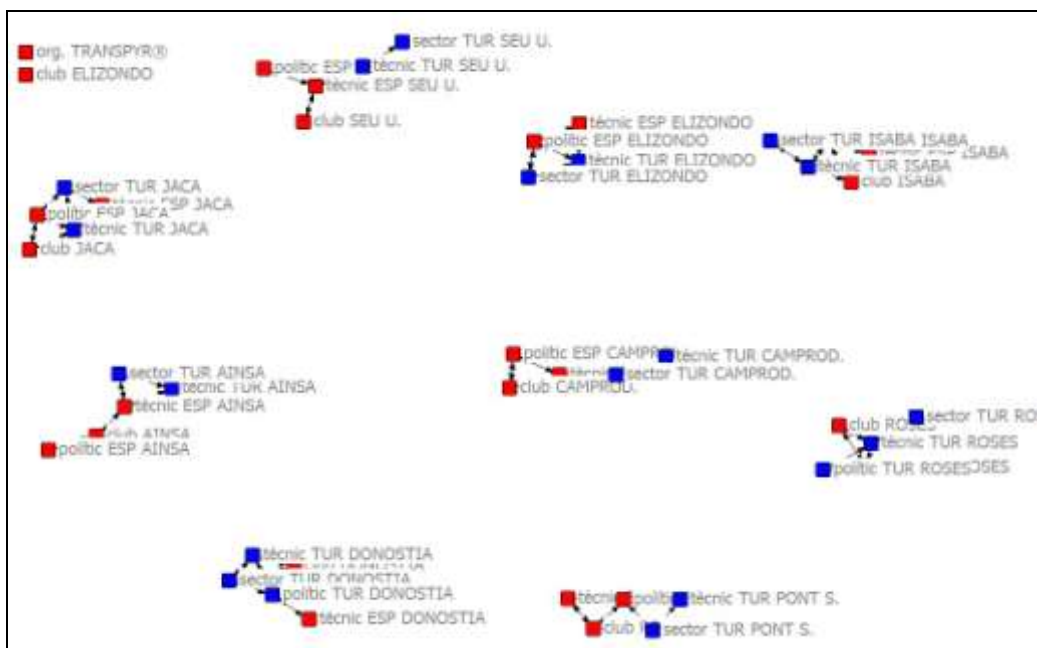
Es una taula lògica si considerem l'evolució que està fent aquesta xarxa cap a un model centre / perifèria. En aquests moments cap dels dos models, ni el de *factions* ni el de centre / perifèria estan consolidats. La densitat del centre no és exagerada i els actors de la perifèria està també estan força connectats.

Dinàmica entre àmbits i sectors

Àmbit turístic i esportiu

Abans de Transpyr

Figura 45 - Gràfic de la xarxa de relacions funcionals abans de Transpyr segons els atributs esport, turisme i altres



L'observació del gràfic dels actors abans de Transpyr ens mostra unes estructures molt similars en els punts d'etapa en la que els agents esportius i els turístics estan units internament i, entre ells normalment ho fan a través dels tècnics o polítics.

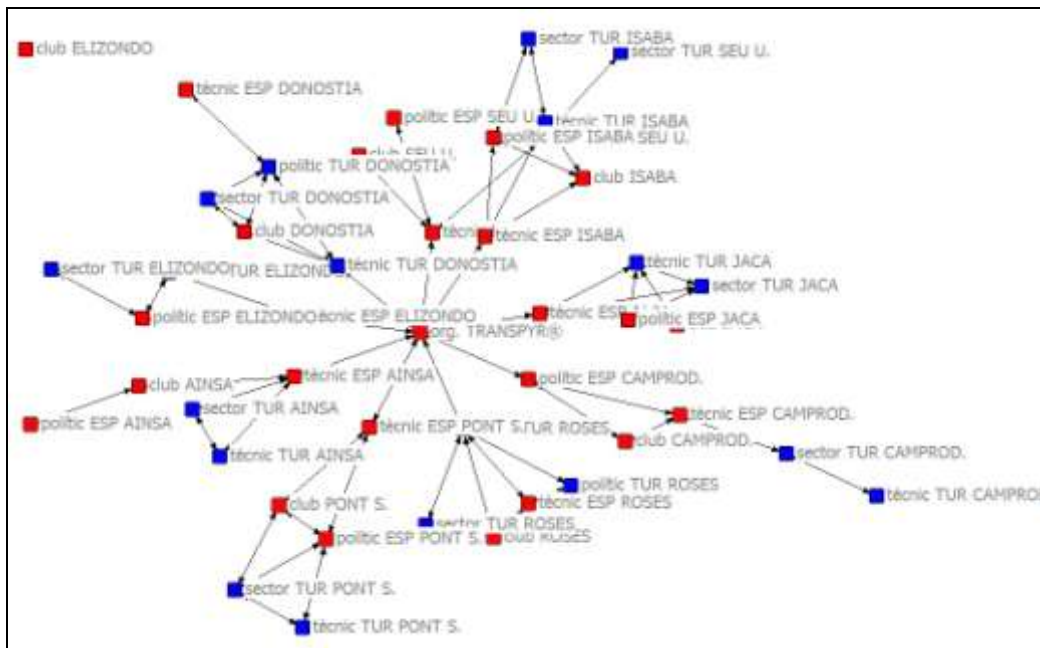
Taula 102 - Nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits abans de Transpyr

Nº relacions / densitat	Esport	Turisme
Esport	34 / 5,2	26 / 5,0
Turisme	26 / 5,0	24 / 6,3

Es curiós observar com tot i haver-hi un nombre absolut més gran de relacions en el sí del sector esportiu (34 relacions – densitat 5,2) o a la xarxa mixta turisme – esport (26 relacions – densitat 5,0), la densitat alta es troba a nivell del sector turístic que té un índex de 6,3. Això s’explica perquè el nombre d’actors turístics és més reduït que el dels esportius.

Després de la primera edició

Figura 46 - Gràfic de la xarxa de relacions funcionals després de la primera edició de Transpyr segons els atributs esport, turisme i altres



En aquest gràfic podem observar clarament com aquells actors que serveixen de nexa amb el territori per a l’organitzador són bàsicament de l’àmbit esportiu. Només a dos municipis, casualment el principi i el final, són de l’àmbit turístic. Això provoca que els actors esportius es situïn, en general cap al centre mentre els turístics els trobem més a la perifèria.

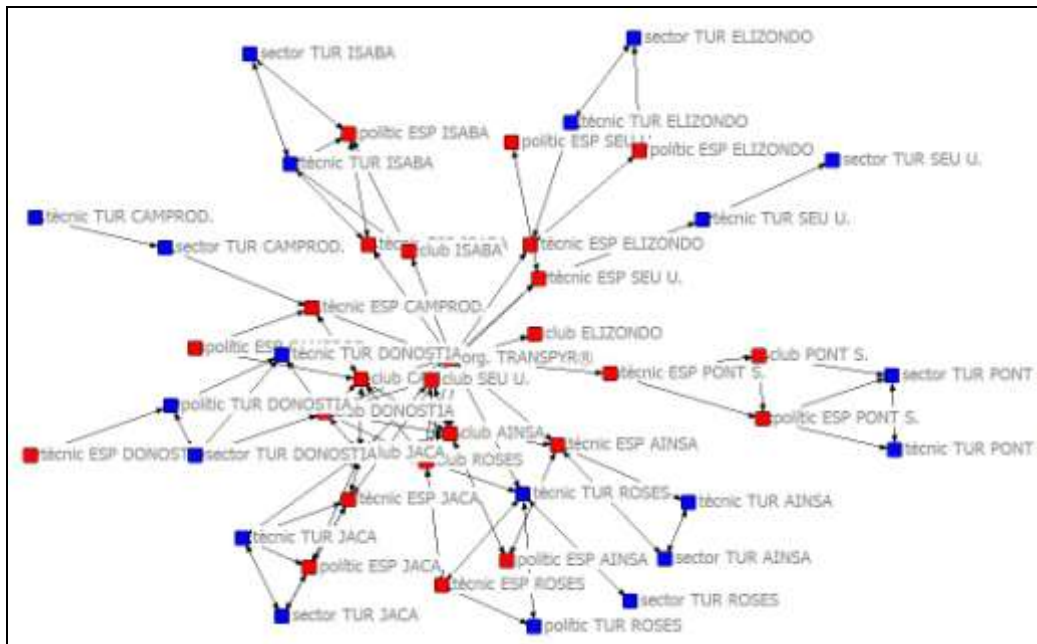
Taula 103 - Nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits després de la primera edició de Transpyr i diferència amb l'any anterior

Nº relacions / densitat Increment	Esport	Turisme
Esport	50 / 7,7 +16 / 2,5	28 / 5,4 +2 / +0,4
Turisme	28 / 5,4 +2 / +0,4	24 / 6,3 0 / 0

Més mostres de la dinàmica que s'explicava anteriorment: l'augment de lligams és sobretot entre actors esportius (recordem que l'organitzador, una empresa de gestió esportiva, es considera d'aquest àmbit) amb un augment de 16 nous vincles i, només els casos de Roses i Donostia augmenten les dades dels sectors turístic i esportiu.

Després de la segona edició

Figura 47 - Gràfic de la xarxa de relacions funcionals després de la segona edició de Transpyr segons els atributs esport, turisme i altres



L'evolució cap a una xarxa centralitzada per clubs ciclistes i l'organitzador dispara el sector turístic cap a la perifèria.

Taula 104 - nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits després de la segona edició de Transpyr i diferència amb l'any anterior

Nº relacions / densitat Increment	Esport	Turisme
Esport	98 / 15,1 +48 / +7,4	28 / 5,4 0 / 0
Turisme	28 / 5,4 0 / 0	24 / 6,3 0 / 0

Les noves 48 relacions que es generen estan centrades exclusivament en el sector esportiu que acaba tenint 98 nexes, mentre el turístic – esportiu està format per 28 connexions i en el sí de l'àmbit turístic les connexions són 24.

Evolució total en dues edicions

Taula 105 - Diferència en el nombre de relacions i densitat dels vincles en les xarxes de relacions funcionals inter àmbits i intra àmbits després de dues edicions de Transpyr

Nº relacions / densitat Increment	Esport	Turisme
Esport	+64 / +9,9	+2 / +0,4
Turisme	+2 / +0,4	0 / 0

Com a resum, hi ha un augment espectacular de les relacions a nivell esportiu amb un augment de 64 nous lligams i l'índex de densitat pujant en 9,9, mentre que a nivell esportiu i turístic creix molt lleugerament, un 0,4.

Sector privat – públic – associatiu

Variació en el nombre de relacions dels agents locals segons el sector a que pertanyen

Nombre de lligams i components dels diferents agents locals segons el sector a que pertanyen abans i després de cada edició

Taula 106 - Nombre de lligams i components dels agents locals del sector privat implicats en Transpyr

Nº lligams / nº components (fortalesa)	Abans	1ª edició	2ª edició
Organitzador	0/0	20/29	27/44
Sector turístic Roses	3/4	3/4	3/4
Sector turístic Camprodon	4/6	4/6	4/6
Sector turístic Seu d'Urgell	4/6	4/6	4/6
Sector turístic Pont de Suert	4/9	4/9	4/9
Sector turístic Aínsa	4/8	4/8	5/9
Sector turístic Jaca	4/7	4/7	4/7
Sector turístic Isaba	4/8	4/8	4/8
Sector turístic Elizondo	3/6	3/6	3/6
Sector turístic Donostia	3/6	3/6	3/6
Total:	33/60	53/89	61/105

*Al ser deu agents privats es realitzarà un càlcul proporcional a 9 agents

La taula presenta de manera concloent que el sector privat dels diferents municipis no es veu afectat en cap cas per l'arribada de Transpyr. Només l'organitzador crea les relacions necessàries per l'organització de l'esdeveniment, 20 el primer any i 8 el següent.

Taula 107 - Nombre de lligams i components dels agents locals del sector públic implicats en Transpyr

Nº lligams / nº components (fortalesa)	Abans	1ª edició	2ª edició
Tècnic turisme Roses	4/8	5/10	5/10
Tècnic esports Roses	4/7	4/7	4/7
Polític Roses	4/6	4/7	4/7
Tècnic turisme Camprodon	4/5	4/5	4/5
Tècnic esports Camprodon	4/8	4/8	5/10
Polític Camprodon	4/7	5/9	5/8
Tècnic turisme Seu d'Urgell	3/6	3/6	3/6
Tècnic esports Seu d'Urgell	3/6	4/8	4/8
Polític Seu d'Urgell	4/6	5/7	5/7
Tècnic turisme Pont de Suert	4/8	4/8	4/8
Tècnic esports Pont de Suert	4/7	4/7	4/7
Polític Pont de Suert	4/11	4/12	4/12
Tècnic turisme Aínsa	4/7	4/7	4/7
Tècnic esports Aínsa	4/9	5/11	5/11
Polític Aínsa	4/6	5/7	5/7
Tècnic turisme Jaca	4/8	4/8	4/8
Tècnic esports Jaca	4/7	5/10	5/10
Polític Jaca	4/8	5/9	5/9
Tècnic turisme Isaba	4/10	4/10	4/10
Tècnic esports Isaba	4/9	5/11	5/11
Polític Isaba	4/10	5/11	5/11
Tècnic turisme Elizondo	3/7	3/7	3/7
Tècnic esports Elizondo	3/6	4/8	5/9
Polític Elizondo	3/7	4/8	5/9
Tècnic turisme Donostia	3/6	4/8	4/8
Tècnic esports Donostia	2/4	2/4	2/4
Polític Donostia	4/8	5/9	5/9
Total	96/189	109/212	112/215

*Al ser vint-i-set agents públics es realitzarà un càlcul proporcional a 9 agents

El creixement en el sector públic és més important, principalment en el moment d'arrencar l'esdeveniment que augmenta fins a 13 noves relacions. Alguns agents específics creen connexions amb l'organitzador. Normalment són els tècnics d'esports i alguns polítics. Apreciem també que els vincles dels tècnics acostumen a ser més forts (dos components) que els dels polítics. Entenem això també, per la necessitat d'un treball més estret amb aquests figura. En la segona edició l'augment és només de tres noves relacions.

Taula 108 - Nombre de lligams i components dels agents locals del sector associatiu implicats en Transpyr

Nº lligams / nº components (fortalesa)	Abans	1ª edició	2ª edició
Club Ciclista Roses	3/5	3/5	11/19
Club Ciclista Camprodon	4/7	4/7	12/21
Club Ciclista Seu d'Urgell	4/6	4/6	12/20
Club Ciclista Pont de Suert	4/9	4/9	4/9
Club Ciclista Aínsa	4/10	5/11	12/24
Club Ciclista Jaca	4/6	4/7	12/21
Club Ciclista Isaba	4/11	5/12	11/18
Club Ciclista Elizondo	0/0	0/0	9/10
Club Ciclista Donostia	3/8	4/9	11//22
Total	30/62	33/66	94/164

El canvi dels clubs ciclistes, ja es veu que succeeix sobretot a partir de la segona edició. Es noten diferències segons la seva implicació però la diferència és molt gran entre els 3 nous nexes del primer any i els 61 nous vincles i 98 nous components del segon.

Comparació de l'evolució dels vincles i els components dels sectors després de la primera edició

Taula 109 - Nombre de relacions i components dels agents locals segons el seu sector entre abans i després de la primera edició de Transpyr

<u>Nombre de relacions</u>	Abans de Transpyr	Percentatge del total	Després primera edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Diferència del percentatge
Agents privats	29,70	32,39%	47,70	40,76%	+ 18,00	+ 8,37
Agents públics	32,00	34,90%	36,33	31,05%	+ 4,33	-3,85
Agents associatius	30,00	32,72%	33,00	28,20%	+ 3,00	-4,52
Total	91,70		117,03		+ 25,33	
<u>Nombre de components</u>						
Agents privats	54,00	30,17%	80,10	36,95%	+ 26,10	+ 6,78
Agents públics	63,00	35,20%	70,67	32,60%	+ 7,67	-2,60
Agents associatius	62,00	34,64%	66,00	30,45%	+ 4,00	-4,19
Total	179,00		216,77		+ 37,77	

Abans de començar a interpretar la taula, recordar que els nombres amb comes són deguts a que hem hagut de buscar els valors proporcionals dels actors privats (que eren 10) i públics (que eren 27) per poder-los comparar amb els nou agents associatius.

L'entrada de l'operador privat en les micro xarxes locals afecta en la pèrdua de pes del sector públic en un 3,85% menys i, sobretot, del sector associatiu que perd un 4,52% de pes. Aquesta diferència es nota més a nivell de relacions que no pas de components. Es tracta doncs d'unions poc estructurades.

Comparació de l'evolució dels vincles i els components dels sectors després de la segona edició

Taula 110 - Nombre de relacions i components dels agents locals segons el seu sector entre després de la primera i la segona edició de Transpyr

<u>Nombre de relacions</u>	Després de la primera edició	Percentatge del total	Després segona edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Diferència del percentatge
Agents privats	47,70	40,76%	54,90	29,48%	+ 7,20	-11,28
Agents públics	36,33	31,05%	37,33	20,05%	+ 1,00	-11,00
Agents associatius	33,00	28,20%	94,00	50,48%	+ 61,00	+ 22,28
Total	117,03		186,23		+ 69,20	
<u>Nombre de components</u>						
Agents privats	80,10	36,95%	94,50	28,62%	+ 14,40	-8,33
Agents públics	70,67	32,60%	71,66	21,70%	+ 0,99	-10,90
Agents associatius	66,00	30,45%	164,00	49,67%	+ 98,00	+ 19,23
Total	216,77		330,16		+ 113,39	

Tot i que en nombres absoluts el sector privat continua creixent doncs ho fa en 7,2 nous lligams i 14,4 nous components, la posada en marxa d'iniciatives paral·leles afecta directament a les proporcions dels actors, amb un augment impressionant del sector associatiu que té 61 nous nexes i 98 nous components. El sector públic no sembla poder aprofitar-se d'aquesta nova dinàmica.

Total

Taula 111 - Nombre de relacions i components dels agents locals segons el seu sector entre abans de Transpyr i després de la segona edició

Nombre de relacions:	Abans de Transpyr	Percentatge del total	Després segona edició	Percentatge del total	Diferència absoluta	Diferència del percentatge
Agents privats	29,70	32,39%	54,9	29,48%	+ 25,2	-2,91
Agents públics	32,00	34,90%	37,33	20,05%	+ 5,33	-14,85
Agents associatius	30,00	32,72%	94	50,48%	+ 64	+ 17,76
Total	91,70		186,23		+ 94,53	
Nombre de components:						
Agents privats	54,00	30,17%	94,5	28,62%	+ 40,5	-1,38
Agents públics	63,00	35,20%	71,66	21,70%	+ 8,66	-13,30
Agents associatius	62,00	34'64%	164	49,67%	+ 102	+ 14,67
Total	179,00		330,16		+ 151,16	

A nivell general apreciem que Transpyr en les dues primeres edicions ha servit majoritàriament perquè el sector associatiu es posicioni amb un guany important de 64 nous vincles i 102 nous components, mentre el sector privat s'ha mantingut amb una proporció estable i el sector públic perd gran rellevància doncs la seva incidència en el total baixa un 13,30%. De totes maneres si féssim dos càlculs separats al sector privat distingint l'organitzador de la resta d'actors, veuríem com en realitat aquest és absolutament indiferent al pas de Transpyr amb una disminució del seu nombre proporcional de nexes. Aquest fet es podria entendre perquè de fet Transpyr només passa una nit per cada punt d'etapa. Les possibilitats d'omplir els allotjaments, tot i que la caravana sigui més o menys important, tampoc és prou rellevant com perquè el sector privat vulgui aprofitar-se i creï relacions estratègiques.

Modificació de les mesures de centralitat individual dels actors implicats en Transpyr

Abans de Transpyr

Taula 112 - Diferents mesures de centralitat dels deu actors més centrals en les xarxes funcionals abans de Transpyr situats de més a menys, indicant pertinència a sector privat, públic o associatiu

Actor	<i>Closeness</i>	Actor	<i>Betweenness</i>	Actor	<i>Degree</i>
Tècnic TURÍSTIC ROSES		Tècnic ESPORTIU SEU URGELL	0.554	tècnic TURÍSTIC ROSES	9.302
Polític ESPORTIU ISABA		Tècnic ESPORTIU CAMPRODON	0.443	polític ESPORTIU ISABA	9.302
polític ESPORTIU JACA		tècnic ESPORTIU AÍNSA	0.443	polític ESPORTIU JACA	9.302
tècnic TURÍSTIC JACA		tècnic TURÍSTIC ROSES	0.388	tècnic TURÍSTIC JACA	9.302
polític ESPORTIU PONT SUERT		club AÍNSA	0.332	polític ESPORTIU PONT SUERT	9.302
polític TURÍSTIC DONOSTIA		sector TURÍSTIC CAMPRODON	0.332	polític TURÍSTIC DONOSTIA	9.302
tècnic TURÍSTIC ISABA		polític TURÍSTIC DONOSTIA	0.332	tècnic TURÍSTIC ISABA	9.302
tècnic TURÍSTIC ROSES		tècnic TURÍSTIC SEU URGELL	0.332	tècnic TURÍSTIC ELIZONDO	6.977
tècnic ESPORTIU CAMPRODON		polític ESPORTIU PONT SUERT	0.221	tècnic ESPORTIU CAMPRODON	6.977
tècnic ESPORTIU JACA		tècnic TURÍSTIC JACA	0.111	tècnic ESPORTIU JACA	6.977
<i>Network Centralization</i>		<i>Network Centralization Index</i>	0,47%	<i>Network Centralization</i>	3,569%

El càlcul de la centralitat *Closeness* no és possible en una estructura on els elements no estan connectats entre si però si que es pot fer en les següents taules. En la primera

taula de centralitat són els representants del sector públic qui ocupen tota la taula. La seva incidència considerant els agents que hem seleccionat és substancial, doncs de fet són els que serveixen, majoritàriament, d'enllaç entre ells. En quant a la posició més elevada d'uns i altres, cal considerar els índex de centralitat a l'hora de valorar-ho doncs molts comparteixen el mateix valor i per tant la seva situació a la taula és més una operació aleatòria del programa informàtic.

Després de la primera edició

Taula 113 - Diferents mesures de centralitat dels deu actors més centrals de la xarxa funcional després de la primera edició de Transpyr situats de més a menys , indicant pertinència a sector privat, públic o associatiu

Actor	<i>Closeness</i>	Actor	<i>Betweenness</i>	Actor	<i>Degree</i>
Organitzador	49,438	Organitzador	90.909	Organitzador	20,455
tècnic TURÍSTIC ROSES	35.484	tècnic ESPORTIU SEU URGELL.	17.442	tècnic TURÍSTIC ROSES	11.364
tècnic TURÍSTIC DONOSTIA	35.484	tècnic ESPORTIU AÍNSA	17.336	tècnic ESPORTIU JACA	11.364
tècnic ESPORTIU JACA	35.484	tècnic TURÍSTIC ROSES	17.283	polític ESPORTIU ISABA	9,091
tècnic ESPORTIU SEU URGELL	35.484	tècnic ESPORTIU JACA	16.949	tècnic TURÍSTIC JACA	9,091
polític ESPORTIU CAMPRODON	35.484	tècnic TURÍSTIC DONOSTIA	16.913	polític ESPORTIU JACA	9,091
tècnic ESPORTIU AÍNSA	35.484	polític ESPORTIU CAMPRODON	16.913	tècnic ESPORTIU AÍNSA	9,091
tècnic ESPORTIU ISABA	35.484	tècnic ESPORTIU PONT SUERT	16.913	tècnic TURÍSTIC DONOSTIA	9,091
tècnic ESPORTIU ELIZONDO	34,921	tècnic ESPORTIU ISABA	16.913	tècnic ESPORTIU ISABA	9,091
tècnic ESPORTIU CAMPRODON	27,160	tècnic ESPORTIU ELIZONDO	13.002	tècnic TURÍSTIC ISABA	9,091
<i>Network Centralization</i>	44,73%	<i>Network Centralization Index</i>	86,49%	<i>Network Centralization</i>	14,205%

Després d'una edició, l'únic canvi important és l'aparició de l'organitzador amb uns índex de centralitat, especialment de *Betweenness*, espectaculars, arribant a un valor de 90.90. Aquest fet no és d'estranyar si recordem el gràfic en estrella que es forma. Podríem dir que seria un cas explicatiu perfecte per aquesta mesura. Aquells agents

que transmeten el vincle a la resta del punt d'etapa, també fan un augment importantíssim de mesures, de nou, essent el *Betweenness* la dada que més augmenta per exemple en el cas del tècnic esportiu de la Seu d'Urgell que passa de 0,55 a 17,44.

Després de la segona edició

Taula 114 - Diferents mesures de centralitat dels deu actors més centrals de la xarxa funcional després de la segona edició de Transpyr situats de més a menys, indicant pertinència a sector privat, públic o associatiu

Actor	<i>Closeness</i>	Actor	<i>Betweenness</i>	Actor	<i>Degree</i>
Organitzador	56.250	Organitzador	75.032	Organitzador	37.778
club AÍNSA	42.056	tècnic ESPORTIU PONT SUERT	16.566	club JACA	20.000
club SEU URGELL	42.056	tècnic ESPORTIU SEU URGELL	12.929	club DONOSTIA	20.000
club ROSES	42.056	tècnic ESPORTIU ELIZONDO	12.727	club AÍNSA	17.778
club DONOSTIA	42.056	tècnic ESPORTIU CAMPRODON	9.911	club CAMPRODON	17.778
club JACA	42.056	tècnic ESPORTIU AÍNSA	9.911	club ROSES	17.778
club CAMPRODON	42.056	tècnic TURÍSTIC ROSES	9.524	club SEU URGELL	15.556
tècnic ESPORTIU PONT SUERT	38.793	club DONOSTIA	8.971	tècnic TURÍSTIC ROSES	11.111
tècnic ESPORTIU CAMPRODON	38.462	club JACA	6.938	tècnic ESPORTIU AÍNSA	11.111
tècnic ESPORTIU JACA	38.462	polític ESPORTIU PONT SUERT	6.414	tècnic ESPORTIU JACA	11.111
<i>Network Centralization</i>	48,95%	<i>Network Centralization Index</i>	71,54%	<i>Network Centralization</i>	28,827%

Amb el creixement en rellevància del sector associatiu es generen dues reaccions interessants. D'una banda l'evident augment de les mesures de *Closeness* i *Degree* d'aquests actors que assumeixen un gran nivell d'importància. Per exemple, els dos actors més rellevants després de l'organitzador són els representants del club esportiu d'Aínsa que passa a tenir 42,05 en *Closeness* i el de Jaca que arriba a un 20.00. La seva *Betweenness* en la xarxa local, però, no és tan destacada i d'altra banda, fan baixar en importància la mesura del *Betweenness* dels actors locals del mateix punt d'etapa que abans era la única porta d'entrada al municipi. Els únics que augmenten el *betweenness* són aquells representants que esdevenen la única porta d'entrada de municipis que no participen ni a la modalitat Challenge ni a la Spirit. Primerament Pont de Suert que no ha aprofitat cap de les dues accions i de l'altra Elizondo.

Variació de la centralitat *Closeness* i de la centralització *Closeness* i *Betweenness* a través de les diferents edicions de Transpyr

Taula 115 - Variació en el *Closeness* dels diferents actors de les xarxes funcionals, per àmbit públic, privat i associatiu, indicant pertinència a sector privat, públic o associatiu

Abans de la Challenge		Després de la primera edició		Després de la segona edició	
Actor	<i>Closeness</i>	Actor	<i>Closeness</i>	Actor	<i>Closeness</i>
		Organitzador	49,438	Organitzador	56.250
		tècnic TURÍSTIC ROSES	35.484	club AÍNSA	42.056
		tècnic TURÍSTIC DONOSTIA	35.484	club SEU URGELL	42.056
		tècnic ESPORTIU JACA	35.484	club ROSES	42.056
		tècnic ESPORTIU SEU URGELL	35.484	club DONOSTIA	42.056
		polític ESPORTIU CAMPRODON	35.484	club JACA	42.056
		tècnic ESPORTIU AÍNSA	35.484	club CAMPRODON	42.056
		tècnic ESPORTIU ISABA	35.484	tècnic ESPORTIU PONT SUERT	38.793
		tècnic ESPORTIU ELIZONDO	34,921	tècnic ESPORTIU CAMPRODON	38.462
		tècnic ESPORTIU CAMPRODON	27,160	tècnic ESPORTIU JACA	38.462
<i>Network Centralization</i>		<i>Network Centralization</i>	44,73%	<i>Network Centralization</i>	48,95%
<i>Network Betweenness</i>		<i>Network Betweenness</i>	86,49%	<i>Network Betweenness</i>	71,54

La comparació amb el *Closeness* es fa complicada en no tenir la primera dada. No podem dir que sigui un zero, sinó que els components separats fan que el *Closeness* sigui inexistent. Això posa de valor la dificultat d'iniciar un projecte esportiu des de

zero doncs l'organitzador es troba amb una xarxa des estructurada que ell començarà a formar.

El més destacable, però és el salt espectacular del *Betweenness* a la primera edició amb l'aparició d'un actor que enllaça tots els altres. De fet, seria un exemple clar del què representa aquesta mesura. Després, amb l'aparició de nous actors que fan de porta amb altres actors, aquesta mesura comença a disminuir, i en cas que continués aquesta evolució en aquesta direcció podríem parlar de que s'està consolidant la xarxa. També es pot destacar la coneguda aparició dels sis clubs ciclistes que van seguir les dues iniciatives de Transpyr.

Comparació dels esdeveniments

Connectivitat interna o cohesió de la xarxa

Modificació en el número de components de cada relació

Taula 116. Comparació en l'evolució del nombre de relacions i components així com el percentatge del tipus de relacions / components en relació entre Challenge i Transpyr després de dues edicions

Tipus de relacions / components	Challenge			Transpyr		
	Variació absoluta	Variació relativa	Percentatge del total de relacions / components	Variació absoluta	Variació relativa	Percentatge del total de relacions / components
Relacions unidimensionals	-8	-38%	-26%	+ 23	+ 100%	+ 5%
Component social	-10	-48%	-15%	+ 9	+ 43%	-26%
Component personal	0	0%	0%	0	0%	0%
Component econòmic	+ 2	0%	+ 15%	+ 14	+ 700%	+ 26%
Relacions bidimensionals	+ 6	+ 43%	+ 10%	+ 33	+ 77%	+ 3%
Funcionals	+ 8	+ 80%	+ 19%	+ 33	+ 87%	+ 5%
Latents	-2	-50%	-19%	0	0%	-5%
Aïllades	0	0%	0%	0	0%	0%
Relacions completes	+ 7	+ 350%	+ 16%	0	0%	-9%
Total components socials	+ 3	+ 8%	-17%	+ 42	+ 51%	-1%
Totals components personals	+ 5	+ 83%	+ 3%	0	+ 0%	-5%
Total components econòmics	+ 17	+ 142%	+ 14%	+ 47	+ 81%	+ 6%
Total relacions	+ 5	+ 14%		+ 56	+ 67%	
Total components	+ 25	+ 45%		+ 89	+ 55%	

La comparació entre ambdós elements ens porta a considerar un augment comú del nombre de valors tant en relacions com en components. Les diferències sorgeixen en alguns aspectes. El nombre de components varia en una proporció molt més alta que el nombre de relacions en el cas de Challenge (fins a cinc vegades més). Això és lògic en una xarxa en que ja es partia d'un gran nombre de vincles que l'esdeveniment ha

reforçat. En Transpyr, la diferència s'ha notat a nivell de relacions uni i bidimensionals. La incidència en els diferents tipus de components és molt semblant en el sentit que és el component econòmic el qui més augmenta. Es pot avançar però que segurament la xarxa de Challenge es consolida de manera més profunda amb l'aparició de nous components personals, variació que no veiem en Transpyr.

Modificació en la densitat de la xarxa de relacions funcionals

Taula 117 - Comparació, després de dues edicions, en l'evolució de la densitat i el *Mean* final, l'evolució absoluta i la relativa de les xarxes funcionals

	Challenge			Transpyr		
	Final	Evolució absoluta	Evolució relativa	Final	Evolució absoluta	Evolució relativa
Densitat	62,22	+ 33,33	+ 115%	8,60	+3,29	+ 37%
Average Degree (mean)	5,6	+ 3,0	+115%	3,9	+ 1,5	+ 39%

La comparació de la densitat final entre les dues xarxes ens permet un parell d'observacions evidents. D'una banda apreciar que la xarxa de Transpyr, amb una densitat final de 8,6 no presenta una estructura complexa que pugui permetre'ns parlar de densitat elevada ja que es tracta de municipis aïllats. De l'altra que l'evolució ha estat, fins i tot en termes relatius, molt més important en el cas de Challenge, que augmenta fins a un 115% comparat amb l'inici, que en el de Transpyr, que només augmenta un 37%.

Connectivitat Externa

Modificació en el número d'agents externs

Taula 118. Comparació de Challenge i Transpyr del número final d'agents externs, la seva evolució absoluta i relativa , després de dues edicions

	Challenge			Transpyr		
	Final	Evolució absoluta	Evolució relativa	Final	Evolució absoluta	Evolució relativa
Agents externs	9	+ 6	+200%	15	+1	+7,14%

La comparació del nombre de nous agents externs entre ambdós esdeveniments ens presenta de nou una evolució positiva en tots dos casos però amb una incidència molt més important per a l'esdeveniment del Maresme que té sis noves relacions, el que representa un 200% més, que en el dels Pirineus que la nova relació externa creada només li suposa un creixement del 7,14%.

Modificació en el nombre de vincles entre agents externs i interns

Taula 119. Comparació en el nombre de vincles i la seva densitat entre agents externs i interns entre abans de la prova i després de la segona edició

Tipus de components	Challenge			Transpyr		
	Dades finals	Evolució absoluta	Evolució relativa	Dades finals	Evolució absoluta	Evolució relativa
Nombre de vincles	34	+ 29	+ 580,00%	64	+ 2	+ 3,23%
Densitat	37,8	+ 32,2	+ 575,00%	9,3	0,3	+ 3,23%

A diferència de la taula anterior, aquí es percep de manera més clara la diferent evolució dels dos esdeveniments. Les dades que surten de calcular la diferència en vincles entre agents externs i interns entre abans de la prova i després de la segona edició a Transpyr és només de 3,23%. En el cas de Challenge, per contra, aquesta diferència és espectacular doncs parlem d'un 580% més. Cal plantejar-se si es tracta d'una diferència en el grau de maduresa de les dues proves, si els actors que s'han implicat a nivell local han sabut treballar millor els seus contactes amb l'exterior, si el tipus d'esdeveniment (tres modalitats esportives) permet un major nombre de contactes o si la magnitud en nombre de participants i la seva incidència en el municipi (tres dies) afecta també aquesta gran diferència.

Modificació en el tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002)

Taula 120 - Comparació de l'evolució, després de dues edicions, de la relació entre els tipus de relacions exteriors segons Watkins i Bell (2002)

Tipus de components	Challenge			Transpyr		
	Relació final	Evolució absoluta	Evolució relativa	Relació final	Evolució absoluta	Evolució relativa
Relacions de cooperació	29,41%	-50,59	-63%	54,69%	-0,15	-0,27%
Relacions de col·laboració	70,59%	50,59	253%	45,31%	0,15	0,33%

A nivell de la fortalesa dels vincles amb l'exterior, també podem repetir la mateixa dinàmica. Augment positiu per part dels dos esdeveniments, però així com per part de Transpyr és una modificació poc substancial amb un augment del 33% de les relacions més fortes de col·laboració, en el cas de Challenge aquest canvi és prou important com perquè parlem d'un augment important en la qualitat de la connectivitat externa doncs l'augment dels vincles col·laboratius és del 253%.

Modularitat

Core / Periphery:

L'evolució de les dues xarxes ha estat diferent en les etapes. D'una banda Challenge ha començat ja amb una estructura relativa de centre i perifèria que poc a poc s'ha anat diluint, mentre que Transpyr ha començat en una estructura totalment descomposta, llavors ha generat un centre aglutinador que ha enllaçat en forma d'estrella a tots els micro components i a continuació ha començat una dinàmica que sembla anar engrandint aquest centre i iniciar un procés més lent d'integració de la perifèria.

Dinàmica entre àmbits i sectors

Àmbit esportiu – turístic

Taula 121 - Comparació de l'evolució, després de dues edicions, del nombre de relacions entre l'àmbit turístic i esportiu i la densitat de la xarxa

	Challenge			Transpyr		
	Relacions finals	Evolució absoluta	Evolució relativa	Relacions finals	Evolució absoluta	Evolució relativa
Nº relacions	7	+ 6	+ 600%	28	+2	+ 8%
Densitat	77,8	+ 66,7	+ 606%	5,4	+0,4	+ 8%

Challenge seria el cas paradigmàtic per explicar com a través d'un esdeveniment esportiu els àmbits turístic i esportiu generen més relacions entre ells doncs l'augment és d'un ordre del 600%. També caldria considerar el nombre de noves relacions absolutes per tenir una certa perspectiva. En el cas de Transpyr no podem parlar de que hi hagi un creixement significatiu doncs un 8% és poc representatiu.

Sector privat – públic – associatiu

Variació en el nombre de relacions dels agents locals segons el sector a que pertanyen

Taula 122 - Comparació de l'evolució, després de dues edicions, de la relació entre els sectors públic, privat i associatiu en quant a nombre de relacions i components

	Challenge		Transpyr	
	Percentatge final	Evolució del percentatge	Percentatge final	Evolució del percentatge
<u>Nombre de relacions</u>				
Agents privats	34,21%	-0,12	29,48%	-2,91
Agents públics	32,89%	+ 1,55	20,05%	-14,85
Agents associatius	32,89%	-1,43	50,48%	+ 17,76
<u>Nombre de components</u>	Percentatge final	Evolució del percentatge	Percentatge final	Evolució del percentatge
Agents privats	36,36%	+ 2,95	28,62%	-1,38
Agents públics	32,41%	-1,93	21,70%	-13,30
Agents associatius	28,28%	-1,02	49,67%	+ 14,67

Com a conclusió en veure les dues columnes de la taula es pot extreure que les dinàmiques són molt diferents segons la direcció que pren l'organitzador de

l'esdeveniment. En el cas de Challenge es va començar creant una xarxa important en el territori que va ajudar a integrar un Consell Comarcal que estava força aïllat i després es va integrar el sector privat en forma d'associació d'hostaleria Això és nota amb un creixement del 2,95 del percentatge del nombre de components que afecta al sector privat . En el cas de Transpyr, la proposta de dues iniciatives pensades per integrar els clubs esportius acaba presentant una tendència fortíssima a reforçar aquest àmbit que creix un 17,76% en relacions i un 14,67 en el percentatge de components.

CAPÍTOL 4.- CONCLUSIONS, APORTACIONS, LIMITACIONS DE L'ESTUDI I RECERCA FUTURA

Conclusions

L'objectiu general de la investigació ha estat explorar l'efecte que han tingut dos esdeveniments esportius en les xarxes relacionals que formen els agents implicats a través de la metodologia de l'anàlisi de les xarxes socials. L'impacte s'ha analitzat tant a nivell de la connectivitat interna o cohesió de la xarxa, ajudant-nos de la teoria dels components de les relacions i l'estructura de la xarxa (Hite 2003) com de la teoria de la connectivitat externa, a partir dels estudis en anàlisi de les xarxes socials (entre d'altres, Granovetter (1973) i Burt (1992)) entenent que tots dos valors ens permetien tenir una visió més acurada de l'evolució. A partir d'aquí s'ha aprofitat per estudiar altres aspectes que aportessin informació a la pregunta de com influïa aquest desenvolupament de les xarxes relacionals en les dinàmiques que es creaven entre l'àmbit esportiu i el turístic, o el sector privat, públic i associatiu per veure qui en quedava més beneficiat o marginat (Getz, 2008).

Després de l'estudi meticulós de les relacions que es produïen entre diferents agents a la Challenge i a Transpyr en tres anys diferents s'ha pogut extreure una sèrie d'informació que supera les pretensions de la pregunta de recerca que, recordem-ho, s'interrogava sobre fins a quin punt els esdeveniments esportius generen el desenvolupament de xarxes relacionals a la destinació, consistentes i duradores, i quines són les característiques i estructura d'aquestes xarxes.

Sobre l'augment de relacions i components de la relació

L'augment del nombre de vincles i dels components de les relacions mostrat en l'estudi revaliden les deduccions de Leiper (citada per Webb, 2005) de que la formació de relacions depèn en gran part de variables com les xarxes ja existents, la força de les

associacions empresarials i comercials i l'existència d'un actor líder que estimuli la formació de relacions. No només la densitat ha augmentat en ambdós esdeveniments sinó que s'ha notat un increment en el nombre de relacions i de components entre abans i després de l'esdeveniment. D'aquests nous components de les relacions, es revela que la majoria són de caire econòmic, tot i que en el cas de Transpyr hi ha també un important augment del component social entre els actors de diferents punts d'etapa. La major rellevància de components econòmics confirma la visió predominantment economicista i empresarial que es té dels esdeveniments amb caire turístic corroborant les aportacions de Getz (2008) i les de O'Brien (2007). L'increment del nombre de relacions entre actors permet també una major connectivitat interna la qual cosa és un dels requisits per evitar la manca de comunicació que pot ocórrer en la gestió d'un esdeveniment com ja certificaven Slack i Parent (2006).

Aquesta millora de la capacitat d'absorció real juntament amb l'augment de la connectivitat externa o capacitat d'innovació es pot llegir en el marc de propostes teòriques (Cohen., & Levinthal, 1990; Guia, 2000; Zahra & George, 2002) com un increment de la capacitat d'absorció potencial.

D'altra banda també hem aconseguit identificar quins eren els actors que quedaven més desvinculats del desenvolupament reticular. Per exemple a la Challenge el tècnic d'esports i a Transpyr alguns clubs ciclistes. Aquesta capacitat de trobar els nodes aïllats es suma a les aportacions del treball de Da Fontoura i Baggio (2009) i permet, com apuntarem més endavant iniciar estratègies de generació de lligams.

Sobre l'evolució de la densitat i la centralització

A tots dos esdeveniments veiem canvis en l'estructura de la xarxa a nivell de densitat però s'han observat algunes diferències a nivell de la centralització. Els canvis en la densitat de la xarxa han estat molt més importants en la Challenge que en la Transpyr, probablement per aspectes de vinculació al territori tal com comentarem més endavant. Tanmateix, observem una dinàmica semblant entre tots dos esdeveniments. En tots dos casos l'evolució cap a una xarxa més complexa i densa ha passat per una primera fase de centralitat potent en l'organitzador que va progressivament incloent

altres actors en aquest centre amb la qual cosa es va perdent aquesta estructura. En tots dos casos, això ve ajudat per un augment de les relacions entre els actors de la perifèria que ajuda a cristal·litzar la xarxa. Aquesta primera fase de centralització sembla doncs un pas imprescindible per un desenvolupament positiu de l'esdeveniment, reforçant la tesi de Parent i Seguin (2007) en el seu estudi del fracàs en la gestió d'un Comitè Organitzador i a més serà la base de la creació d'un portafoli de relacions acreditant les conclusions de Pavlovich (2003) en l'estudi de l'evolució d'una destinació turística.

Un dels aspectes interessants de les dades trobades és la densitat de relacions entre actors a diferents zones territorials. És el cas de Transpyr, que després de la segona edició presenta una cohesió forta entre els representants de clubs ciclistes. Aquesta capacitat de relacionar-se en projectes externs reforçaria la idea de Dematteis i Governa (2005: 49) de que els Sistemes Locals Territorials poden materialitzar-se també en àrees disperses "*a mode de taques de guepard*".

Sobre la connectivitat externa

L'estudi de la capacitat dels esdeveniments esportius de generar connectivitat externa ens ha portat a dos resultats ben diferents. D'una banda la Challenge, ja des de la primera edició, va vincular nous actors externs amb el territori, va incrementar el nombre de relacions de diferents actors locals amb aquests agents i, finalment, va provocar un augment en el gradient de compromís i fortalesa del lligam. Transpyr, en canvi, gairebé no ha provocat alteracions i la poca innovació que ha permès ha estat vinculada específicament a l'organitzador.

L'aparició d'un agent extern decisiu com el propietari de la franquícia en el cas de Challenge confirma l'experiència d'altres autors com Spiropoulos (2006) en que l'aparició d'un agent internacional té unes implicacions estratègiques en el sentit que internacionalitza l'esdeveniment, a través de les xarxes 'exteriors' que aquest actor poseeix. De totes maneres, el fet que aquesta relació sigui exclusiva d'un actor de la xarxa com l'organitzador hotelier, fa dubtar de l'autonomia local com l'entenen Dematteis i Governa (2005) en quant a que la xarxa local potser no tindrà capacitat

autònoma de relacionar-se amb l'exterior, definint processos d'autoorganització per controlar, respondre i resistir als estímuls i perturbacions externes per mantenir la seva identitat territorial.

Sobre la dinàmica entre agents turístics i esportius

L'estudi de les relacions i els components d'aquests vincles entre una sèrie d'actors de l'àmbit turístic i de l'àmbit esportiu vinculats en un esdeveniment esportiu ens ajuda a entendre-ho com a constituents d'una destinació com ho fan Scott, Cooper i Baggio (2008b). La dinàmica observada entre agents del sector turístic i esportiu és molt interessant com molt bé indicava Weed (2009), doncs apunta que dins de cada àmbit hi ha molta més facilitat per crear relacions. En el cas de Transpyr es mostra clarament com aquells clubs que van realitzar la Transpyr Spirit van incrementar la seva relació social amb altres clubs, mentre que en aquells que han realitzat la Transpyr Challenge, ho han fet amb el component econòmic.

En general és molt interessant entendre i saber llegir l'augment de relacions entre els dos sectors. En el cas de la Challenge és especialment noticable i permet pensar que aquesta nova situació serà la base per, en una primera fase ser una destinació turística esportiva més consolidada (Webb, 2005), en una segona fase, permetre una especialització de l'oferta cap a mercats més diversos, reforçant les tesis de Kogut (2000) i Powell (1990) i finalment, ajudar a crear una imatge col·lectiva que doni personalitat a la destinació (Pavlovich, 2003).

D'altra banda, quan aquesta implicació relacional dels actors es limita a la de l'esdeveniment en concret, com sembla ser el cas de Transpyr, aportaríem un nou element a la teoria del *Political Market Square* de Larson (2002) que manifesta com en alguns esdeveniments, culturals en el seu cas, la dinàmica de les relacions sembla més aviat una plaça de mercat en que uns actors entren i d'altres en surten, sense una estructura fixa.

Sobre la dinàmica entre sector privat, públic i associatiu

Les conclusions sobre la mecànica entre sectors aporten més informació als molts estudis que mostren la importància de la relació entre sectors privat i públic per optimitzar els efectes benèfics del turisme (Webb, 2005) o de l'esport (O'Brien & Gardiner, 2006). Sector públic, privat i associatiu semblen tenir cada un d'ells diferents fases de protagonisme. El sector públic té una funció de contribució a la generació d'iniciatives i després de l'esdeveniment agafen una posició més predominant els agents que n'extreuen majors guanys, observació que confirma les propostes de Saxena (2005). En tots dos esdeveniments s'observa, no només que la majoria de relacions les tenen els agents públics, sinó també que, al principi, els vincles entre actors (la capacitat de fer de pont) els dominaven també el sector públic. En tots dos casos el sector privat ha anat assumint una funció de lideratge, en una primera fase acompanyats fortament dels ens públics. L'evolució posterior ha estat, però, dispar. D'una banda a Transpyr el sector associatiu, gracies al seguiment d'iniciatives paral·leles, ha agafat una rellevància majoritària. Del costat de la Challenge, el sector turístic privat també ha seguit el camí marcat i això li ha permès situar-se en posicions més centrals. Interpretant les dades en una altra direcció, s'observa una proliferació de vincles entre sectors, sobretot a la Challenge, el que genera el que ja corroborava Pavlovich (2003), un major intercanvi d'informació i coneixement que pot fluir a través del sistema i això també és rellevant per reforçar els estudis de Webb (2005) sobre la relació entre sector privat i públic en desenvolupar el turisme esportiu.

Sobre la diferència entre esdeveniments

El fet de que ambdós esdeveniments tinguin una estructura que els lliga diferentment al territori sembla generar uns efectes diferents. La Challenge és un esdeveniment que es centra exclusivament a Calella, tot i que el seu recorregut abasti gran part del Maresme. L'hotel organitzador té el seu negoci i procedeix d'aquesta localitat. D'altra banda, s'han generat esdeveniments més reduïts en el format però que continuen exercint la seva influència en el mateix municipi. Probablement per aquest motiu, l'augment en nombre de relacions i components és molt més important que no a

Transpyr, que està organitzat per una empresa que bàsicament serveix d'enllaç entre xarxes locals aïllades per una distància que, en general, supera el centenar de quilòmetres.

En quant a les raons en la diferència en la connectivitat externa podrien ser el fet de que Transpyr no sigui un esdeveniment dins d'un calendari federatiu i per tant no precisa una sèrie de relacions amb tota una sèrie d'institucions oficials (federacions, etc.). D'altra banda, la llunyania dels punts d'etapa dificulta fer accions conjuntes amb alguns estaments com universitats o altres. I per acabar, la complexitat de Transpyr fa necessari un creixement més lent.

Aquesta capacitat de mostrar les debilitats en l'estructura de la xarxa formada per l'esdeveniment es pot comparar a les conclusions de Scott, Cooper i Baggio (2008b) en el seu estudi comparatiu de 4 destinacions turístiques a Austràlia.

A més de l'estructura de l'esdeveniment i la seva vinculació al territori, un element que també ha tingut la seva importància ha estat accions paral·leles a l'esdeveniment iniciades per alguns dels actors. Així, la creació de Transpyr Challenge i Transpyr Spirit en el cas de l'esdeveniment dels Pirineus permet al sector associatiu agafar una força i una centralitat que sense aquestes actuacions no tindrien.

Una visió de les xarxes un cop realitzats els dos esdeveniments ens permet també aventurar que la potencialitat de Transpyr per créixer i generar nous vincles no només entre els diferents municipis sinó també amb agents externs, és molt més gran que no la Challenge. Això posa un repte al gestor esportiu que haurà de valorar quines accions poden aportar valor afegit al seu esdeveniment en forma de relacions creades amb institucions externes o patrocinadors perquè es vinculin amb les xarxes locals, o lligant al mateix tipus d'agent local (per exemple les associacions turístiques) de les diferents xarxes locals.

Conclusions sobre la metodologia emprada

Amb aquest estudi s'evidencia la contribució que fa l'anàlisi de les xarxes socials per entendre l'estructura i cohesió de les xarxes formades en l'organització d'un

esdeveniment i els seus resultats abonen els estudis que mostren com aquesta metodologia és una eina de gran ajuda a l'hora d'identificar els diferents agents, les seves relacions i la composició d'aquestes així com els rols que els diferents actors adquireixen en cada una de les xarxes, reafirmant les conclusions de treballs com el de Pavlovich (2003) en desenvolupament de destins turístics, Shih (2006) en planificació turística, Scott, Cooper i Baggio (2008b) i da Fontoura i Baggio (2009) en l'estructura d'una destinació, O'Brien i Gardiner (2006) en l'aprofitament turístic d'activitats esportives i Stokes (2006, 2008) en l'organització d'esdeveniments turístics.

Probablement la diferència més important amb aquests estudis és que la majoria prenen una fotografia, en un moment determinat d'una destinació o d'una agregació d'actors i, en alguns casos, els compara entre ells. En el nostre estudi, com en el de Pavlovich (2003), hem seguit l'evolució de la xarxa, revalidant la idoneïtat de la metodologia però també il·lustrant alguns dels seus problemes, com és l'aparició i/o desaparició d'agents en el procés.

Així com els aspectes de modularitat poden ser els més aprofitables en altres estudis (Scott et al., 2008a), en el nostre cas hem usat sobretot aspectes de densitat, densitat de subgrups i mesures de centralitat. La possibilitat de calcular la densitat de subgrups permet estudiar la dinàmica interna de les xarxes, i això ens sembla especialment interessant en l'estudi del desenvolupament de destinacions turístiques on cada actor té la seva importància com a membre d'un àmbit, sigui en el nostre cas el turístic o esportiu, però podria ser també el del comerç, els incentius o el cultural, i també segons la seva funció com a sector privat, públic o associatiu. Aquest anàlisi, a més, es veu reforçat en l'estudi de l'evolució de la centralitat d'un subgrup o dels actors per separat com feia Pavlovich (2003) i Scott, Cooper i Baggio (2008b). Aquesta eina quantitativa també es mostra molt útil en recerques sobre el desenvolupament local des d'una perspectiva territorialista que a vegades es mouen en un àmbit molt subjectiu (Dematteis & Governa, 2005).

A nivell més específic les dues opcions de triar els actors que hem escollit seguint les propostes de Haythornthwaite (1996) poden aportar algun indici més a la dificultat de

definició dels nodes esmentat per da Fontoura i Baggio (2009) en el seu estudi sobre l'estructura i dinàmiques de les destinacions turístiques.

D'altra banda, la possibilitat de generar gràfics a partir del software *Net Draw* també facilita que una sèrie de fenòmens prenguin cos i el seu estudi sigui molt més clar i explicatiu, sumant-nos, en aquest cas, a les conclusions de Shih (2006) sobre els avantatges d'aquesta metodologia. Les possibilitats d'aquesta aplicació, més que en l'anàlisi en si, que ja la tenen (pensem per exemple en l'algoritme Girvan Newmann), estan en les seves aplicacions pràctiques, com parlarem més endavant.

Aportacions

A nivell acadèmic

Aquest estudi s'afegeix a un corrent d'investigació més ampli dels efectes dels esdeveniments esportius, sumant-se a la de diversos autors com Carlsen, Getz i Soutar (2000) o Parent i Seguin (2007) i en general Getz (2008) amb la qual cosa aporta una nova visió a la crida feta per Hede, Jago i Deery (2003) de tenir una aproximació més àmplia a l'estudi dels impactes i repercussions dels esdeveniments esportius. Un exemple és l'aportació metodològica que aporta a recerques en la teoria de lloc central (*Central Place Theory*) com les de Daniels (2007).

Més específicament pot ajudar a donar suport al paper de l'anàlisi de les xarxes socials en estudiar si els esdeveniments esportius actuen positivament en la creació de desenvolupament local a partir de la generació de xarxes cohesives i innovadores entre agents locals de l'àmbit turístic i esportiu. Això es pot extrapolar a propostes metodològiques per estudiar impactes d'accions específiques empreses per l'àmbit local en aspectes específics de desenvolupament regional en la línia que apunten Lazzeretti i Petrillo (2006).

Integrant la teoria i les eines que ens dóna l'anàlisi de xarxes socials a la recerca en gestió esportiva, seguint la crida de Quatman i Chelladurai (2006; 2008), com a part d'un ampli ventall d'aproximacions metodològiques (Getz, 2008), ajuda a desenvolupar

i avançar en algunes de les últimes propostes en aquest camp i contribueix a “*tancar el gap entre l’anàlisi dels impactes de grans esdeveniments i el debat més ampli sobre desenvolupament regional*” (Jones, 2005: 186). En aquest sentit aquestes eines poden aportar una manera de comptabilitzar el capital social previ en el cas dels béns relacionals, necessitat expressada per Dematteis i Governa en l’estudi del valor afegit territorial en processos de desenvolupament local, específicament en quant a les relacions verticals entre el milieu local i els agents que hi operen (Dematteis & Governa, 2005) o a completar la recerca en “*stakeholder analysis*” com la de Spiropoulos et al (2006).

A nivell pràctic

Les eines i els criteris de mesura utilitzats en l’anàlisi tenen implicacions interessants en l’àmbit de la gestió d’una destinació turística o en la gestió esportiva.

La informació recollida a partir de l’anàlisi de les xarxes socials pot ser usat per iniciatives públiques per gestionar l’impacte que qualsevol acció està tenint en el desenvolupament d’una xarxa de relacions entre els diferents actors locals. Això vol dir tant la seva planificació estratègica, la conducció de les accions que es porten a terme, la monitorització o la valoració posterior. La importància d’una gestió pro activa de les xarxes a través de planificació ja ha sigut demostrada en estudis relacionats amb destinacions turístiques com s’encarreguen de testificar i corroborar Scott, Cooper i Baggio (2008b).

En el nostre estudi, tanmateix, ens centrem en els esdeveniments esportius. Davant l’organització d’una competició qualsevulla, les agències públiques podrien assumir el rol de dissenyar el pla pel desenvolupament i millora de la xarxa relacional local amb els objectius d’incidir en el capital social (Coleman, 1988), l’avantatge competitiu (Porter, 1998), la innovació (Prats, 2005), i, en general, per aspectes de desenvolupament local (Dematteis & Governa, 2003). En aquest sentit els resultats del nostre estudi sumen més arguments a les conclusions dels estudis de Parent i Seguin (2007) de que els organismes públics, les agències esportives i els líders de la comunitat, mitjançant la planificació del llegat reticular que esperin de l’esdeveniment,

haurien de proporcionar els mitjans per facilitar el desenvolupament del tipus de relacions que considerin oportuns per tal que les xarxes es tornin més cohesionades i innovadores (Kellett, Hede, & Chalip, 2008). Parlem d'un veritable enfocament empresarial que es basaria en identificar els agents locals que es poden integrar en aquesta xarxa específica per avaluar les relacions actuals i proposar accions perquè l'organització de l'esdeveniment creï un portafoli de sinergies a nivells reticulars com proposa Pavlovich (2003). En aquest sentit la proposta que fem de quins agents seguir facilita una aplicació pràctica en la línia de la recerca de Spiropoulos (2006).

Aquests processos poden ser dirigits tant per gestors públics com privats, però han de centrar-se en la generació d'iniciatives específiques i dirigides que procurin assegurar la integració de la diversitat de punts de vista, fer especial atenció a la dinàmica del procés i en l'aprofitament de l'aplicació efectiva dels acords. Finalment, també ha de perseguir la implicació dels diferents actors (Gray, 2007) amb el propòsit de compartir la mateixa visió i gestió de la cultura i integrar la mentalitat de les polítiques esportives, orientades a la salut o la recreació amb les mentalitats del sector turístic, més enfocat en el desenvolupament territorial i el benefici empresarial.

Els administradors interessats en la consolidació de la xarxa que genera un esdeveniment han de fer atenció als vincles latents entre grups d'interès que estan a l'expectativa d'una participació potencial en el futur. Mentrestant, semblaria interessant enfortir els llaços específics ja constituïts com poden ser les relacions entre organitzadors i associacions de turisme o comerç, o els clubs esportius, el què ajudaria a generar nous productes de turisme esportiu acreditant les afirmacions de Weed i Bull (2009) i integrar agents aïllats a través de marketing relacional com plantegen les tesis d'O'Brien i Gardiner (2006). Dit d'una altra manera, els actors implicats han de ser administrats i gestionats com si fossin un negoci a l'estil de Wäsche & Woll (2010) i el procés podria utilitzar assessors en teoria de stakeholders (Parent & Séguin, 2007) i en teoria de xarxes (Erickson & Kushner, 1999), això sí, observant que cal ser generós amb el temps si es volen tenir vincles desenvolupats i madurs, com demostren les tesis de Jones (2005).

Durant l'organització, execució i, evidentment, després de l'esdeveniment, a més d'implantar les accions planificades caldria anar valorant l'impacte aconseguit. En l'etapa posterior es podria fer una reflexió amb tots els agents sobre els resultats obtinguts utilitzant les previsions de cada agent tal com proposen Spiropoulos i al (2006).

D'altra banda, si els resultats d'un esdeveniment esportiu es poden mostrar de manera explícita i clara, tal com s'ha fet en aquest estudi, les autoritats locals tindrien un criteri complementari per explicar-ne les conseqüències als agents més importants a nivell local i, especialment, a tota la comunitat. Això podria comportar una major implicació dels actors, una espècie de motivació suplementària en crear xarxes tant a nivell local com possibilitar i ampliar les possibilitats d'augmentar les xarxes externes. Com a conseqüència de tot, això implicaria un creixement positiu de l'apreciació subjectiva de l'esdeveniment (Chalip, 2006) i, per tant, un increment en el suport a la seva organització.

Finalment. l'aplicació pràctica d'aquesta recerca i les eines utilitzades poden ajudar a les comunitats que no tenen prou recursos per assumir un esdeveniment a nivell internacional amb els potencials beneficis a nivell de millora d'imatge i marca a optar per altres tipus d'esdeveniments amb un potencial més alt en la generació de xarxes. És un possible criteri a valorar per les comunitats turístiques a qui es planteja una disjuntiva entre grans i petits esdeveniments. Els grans esdeveniments poden tenir una repercussió suficientment interessant per aparèixer als mitjans de comunicació, però no ajuden a generar relacions amb la comunitat local que permetin un procés d'aprenentatge (Jones, 2005).

Aquestes pràctiques podrien compensar el poc reconeixement que s'atorga a nivell local als esdeveniments com a vehicles per facilitar el desenvolupament empresarial o territorial (Whitford, 2009). A nivell municipal aquest estudi pot servir per entendre que les xarxes relacionals no són senzillament una estructura donada i inamovible, sinó que més aviat s'han de construir a partir d'estratègies centrades en la institucionalització de normes i valors de grup i la formalització de xarxes. Els municipis i les organitzacions comunitàries poden aprofitar aquestes recerques i aquestes eines

per assumir una nova funció de catalitzadors, generadors i facilitadors de noves formes comunitàries (Misener & Mason, 2006).

Limitacions de la recerca

Aquest estudi no és aliè a una sèrie de limitacions de les quals som conscients i que descrivim a continuació. La limitació més important d'aquesta recerca és que, essent un estudi de casos, no permet la universalització dels resultats. Caldrien moltes més recerques adaptades a diferents casos o amb una duració més amplia perquè es volguessin generalitzar els resultats, així com afegir-hi també altres actors com els participants als esdeveniments (Spiropoulos et al., 2006).

A nivell més específic, hi ha alguns aspectes metodològics que cal considerar, sobretot a nivell d'apreciació dels components de les relacions, ja que l'aproximació necessària als actors locals no permet uns qüestionaris massa llargs que ajudarien a interpretar millor les composicions dels vincles.

En aquesta direcció, cal valorar a qui s'atorga la responsabilitat d'un rol determinat, és a dir, la identificació dels agents locals. El fet de voler estudiar els components personals en un nexa qualsevol ens obliga a interrogar a subjectes que representen càrrecs (tècnics, polítics, presidents d'associacions, etc.). Aquesta representativitat però és sovint limitada en el temps. Els canvis de govern, de feina o de junta situen en aquesta posició a una altra persona que haurà de recomençar a nivell de vincles. Això que a nivell metodològic és complicat, no deixa de ser un dels reptes de la construcció de xarxes socials i per tant mereix una atenció, si cal, encara més acurada.

Alguns factors que limiten l'estudi de l'evolució de les xarxes socials, al nostre entendre, és la necessitat de treballar amb dades dicotòmiques (1 o 0) per a una gran quantitat d'operacions i algoritmes. En el cas de voler estudiar l'evolució de les relacions (més que el nombre d'aquestes) es pot fer necessari valorar-la intensitat del vincle i així treballar en la diferència de la qualitat de la relació. Sens dubte es poden trobar accions alternatives que es basin en dicotomitjar les matrius adjacents, però també comporta un treball més exhaustiu.

Finalment, a més de la identificació dels actors, la naturalesa de la metodologia que precisa de moltes dades per identificar la composició i evolució de les xarxes és problemàtic i car com ja testificaven Scott, Baggio i Cooper (2008a).

Recerca futura

La recerca futura caldria enfocar-la, primer de tot, en continuar en posteriors edicions, l'exploració iniciada amb aquest estudi de manera que poguéssim consolidar les mostres de que els esdeveniments esportius van creant i consolidant les relacions internes i externes generant xarxes relacionals encara més cohesives i innovadores.

Tanmateix, per tal de tenir una visió general més amplia de l'evolució dels esdeveniments no només necessitaríem continuar recollint informació en posteriors edicions dels esdeveniments sinó també ampliar el ventall d'agents estudiats o incloure nous esdeveniments, de diferent format, amb la qual cosa ens permetria analitzar millor:

- Perquè algunes relacions es tornen més fortes i altres es mantenen inamovibles.
- Quins factors obstaculitzen aquest treball de xarxa.
- Si han sorgit mutacions en forma de nous actors o noves empreses i perquè.
- Quines són les diferències entre turisme actiu i esportiu a l'hora de crear desenvolupament local.
- Quina és la diferència a l'hora de crear xarxes cohesives i innovadores entre un esdeveniment esportiu i altres iniciatives de política turística, com per exemple el projecte Destinacions Turístiques Esportives de l'Agència Catalana de Turisme.
- De quina manera els agents exerceixen poder i negociació en el procés d'organització i execució i com això afecta en el resultat final a nivell de xarxes locals (Getz, 2008).

Un altre aspecte que mereixeria una posterior investigació es centraria en calcular els costos de generar nous vincles relacionals entre els actors (Getz, 2008)i, abonant en les aportacions de Webb, conèixer els resultats substantius i quantificables d'aquestes relacions (Webb, 2005). Aquesta dada ens permetria valorar el potencial benefici de l'esdeveniment incorporant coneixement a la teoria que estudia els esdeveniments com un sistema obert de entrades i sortides (Getz, 2007).

A nivell metodològic seria interessant poder aconseguir un mètode més assumible a nivell logístic i econòmic per analitzar l'evolució de les xarxes . Poder comptar amb softwares que permetés treballar amb poques dades i amb operacions senzilles, i que facilités poder mostrar el resultat als agents implicats.

El turisme veu l'esport com un ingredient desitjable per poder millorar la creació i comercialització del producte i per generar un augment del número de visitants. Han descobert, però, l'enorme potencial del Turisme i Esport més enllà d'una política de màrqueting? Han imaginat les possibilitats que s'obren al moment de reunir diferents actors del territori en un mateix projecte?

Sembla doncs apropiat continuar fent aportacions de tipus teòric i pràctic al progrés de la disciplina del turisme i esport com a factor de desenvolupament local.

Bibliografia

- Allen, J. (2008). *Festival and special event management* (4th ed.). Milton: John Wiley & Sons Australia.
- Anton, S. (2002). El model turístic de Catalunya: enfront de les noves tendències de la demanda. *Revista de Geografia, 1*, 119-128.
- APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation). (2001). *Best Practice in Sport and Recreation for Tourism Development, 2001*. Singapur: APEC Secretariat.
- Archer, B. H. (1984). Economic impact: Misleading multiplier. *Annals of Tourism Research, 11*(3), 517-518.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). New York etc.: Greenwood Press.
- Borgatti., & Foster (2003). The network paradigm in organizational research: A review and typology. *Journal of Management, 29*, 991-1013.
- Borgatti. (2002). *Netdraw Network Visualization*. Analytic Technologies: Harvard, MA:
- Borgatti., Everett, M. G., & Freeman, L. C. (2002). *Ucinet for Windows: Software for Social Network Analysis*. Analytic Technologies Harvard, MA:
- Boskin, M. J. (1995). In World Travel & Tourism Council (Ed.), *Travel & Tourism's Enormous Economic Contribution: A Cold Review of the WTTC/WEFA Group Research*
- Bramwell, B., & Lane, B. (2003). *Tourism collaboration and partnership: politics, practice and sustainability*. Clevedon: Channel View.
- Brown, G., Chalip, L., Jago, L., & Mules, T. (2004). Developing Brand Australia: Examining the role of events. In N. Morgan, A. Pritchard & R. Pride (Eds.), *Destination branding: Creating the unique destination proposition* (2nd ed., pp. 279-305). Amsterdam: Elsevier.

- Buckner, K., & Cruickshank, P. (2008). Social network analysis as a tool to evaluate the effectiveness of EC funded networks of excellence: the case of DEMO-net. *Proceedings of the 41st Hawaii International Conference on System Sciences, HICSS-41*, , 1(1) 1-10.
- Burt, R. S. (1992). *Structural holes :the social structure of competition*. Cambridge, Mass.; London: Harvard University Press.
- Carlsen, J., Getz, D., & Soutar G. (2000). Event evaluation research. *Event Management*, 6(4), 247-257.
- Caroline, H. (1996). Social network analysis: An approach and technique for the study of information exchange. *Library & Information Science Research*, 18(4), 323-342.
- Chalip, L. (2006). Towards Social Leverage of Sport Events. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 109-127.
- Chalip, L., & Leyns, A. (2002). Local business leveraging of a sport event: Managing an event for economic benefit. *Journal of Sport Management*, 16(2), 132.
- Chalip, L., & McGuirly, J. (2004). Bundling sport events with the host destination. *Journal of Sport Tourism*, 9(3), 267.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory :a practical guide through qualitative analysis*. London; Thousand Oaks: Sage.
- Cohen., & Levinthal (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-133.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94(, Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure), S95-S120.
- Collins, A., Jones, C., & Munday, M. (2009a). Assessing the environmental impacts of mega sporting events: Two options? *Tourism Management*, 30(6), 828-837.
- Collins, A., Jones, C., & Munday, M. (2009b). Assessing the environmental impacts of mega sporting events: Two options? *Tourism Management*, 30(6), 828-837.

- Crompton, J. L. (1995). Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication. *Journal of Sport Management*, 9(1), 14-35.
- Crompton, J. L., Lee, S., & Shuster, T. J. (2001). A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example. *Journal of Travel Research*, 40(1), 79-87.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152.
- Cuenca, M. (2000). *Ocio humanista :dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- da Fontoura Costa, L., & Baggio, R. (2009). The web of connections between tourism companies: Structure and dynamics. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 388(19), 4286-4296.
- Daniels, M. J. (2007). Central place theory and sport tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 332.
- de Groote, P. (2005). Economic and Tourism Aspects of the Olympic Games. *Tourism Review*, 60(3), 20-28.
- de Knop, P. (1990). Sport for all and active tourism. *World Leisure and Recreation*, (32), 30-36.
- Delamere, T. (1997). Development of scale items to measure the social impact of community festivals. *Journal of Applied Recreation Research*, 22(4), 293-315.
- Dematteis, G., & Governa, F. (2003). Territorialità attiva e Sviluppo: il Modello SLoT. *Il Territorio nello Sviluppo Locale* ()
- Dematteis, G., & Governa, F. (2005). Territorio y territorialidad en el desarrollo local. La contribución del modelo SLoT. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 39, 31-58.
- Dematteis, G. (1994). Possibilità e limiti dello sviluppo locale. *Sviluppo locale*, (1), 10-30.

- Dematteis, G., & Governa, F. (2003). La territorializzazione delle politiche di sviluppo. Un'applicazione del modello SLoT alla Sicilia. *Archivio di Studi Urbani e Regionali*, 77, 33-74.
- Dimmock, K., & Tiyce, M. (2001). Festivals and events: Celebrating special interest tourism. In N. Douglas, N. Douglas & R. Derrett (Eds.), *Special interest tourism : context and cases* (pp. 355-383). Milton: John Wiley & Sons, Ltd.
- Din (1997). Tourism Development: Still in Search of a more Equitable Mode of Local Involvement. In S. Wanhill, & C. P. Cooper (Eds.), *Tourism development :environmental and community issues* (pp. 168-162). Chichester etc.: John Wiley.
- Dowding, K. (1995). Model or Metaphor? A Critical Review of the Policy Network Approach. *Political Studies*, XLIII, 136-158.
- Dredge, D. (2006). Policy networks and the local organisation of tourism. *Tourism Management*, 27(2), 269-280.
- Dreyer, A., & Krüger, A. (1995). *Sporttourismus: management- und Marketing-Handbuch*. Munchen: R. Oldenbourg.
- Edgell, D. E., & Haenisch, R. T. (1995). *Coopetition: Global Tourism Beyond the Millennium*. Kansas City: Internation Policy Publishing.
- Erickson, G. S., & Kushner, R. J. (1999). Public event networks: an application of marketing theory to sporting events. *European Journal of Marketing*, 33(3/4), 348-364.
- Erickson, B. H., & Nosanchuk, T. A. (1983). Applied network sampling. *Social Networks*, 5(4), 367-382.
- Erickson, B. H., Nosanchuk, T. A., & Lee, E. (1981). Network sampling in practice: Some second steps. *Social Networks*, 3(2), 127-136
- Fernández Tabales, A. (2004). Turismo y ordenación del territorio. *Quaderns de Política Econòmica, Segona Època*(7), 35-47.

- Frank, O., & Snijders, T. (1994). Estimating the Size of Hidden Populations Using Snowball Sampling. *Journal of Official Statistics*, 1, 53-67.
- Fredline, E., Jago, L., & Deery, M. (2003). The development of a generic scale to measure the social impacts of events. *Event Management*, 8(1), 23-37.
- Freeman, L. C. (1979). Centrality in social networks conceptual clarification. *Social Networks*, 1(3), 215-239.
- Freeman, L. C. (2004). *The Development of social network analysis :a study in the sociology of science*. Vancouver, BC: Empirical Press.
- Friedman, M. T., & Mason, D. S. (2005). Stakeholder Management and the Public Subsidization of Nashville's Coliseum. *Journal of Urban Affairs*, 27(1), 93-118.
- Gammon, S., & Robinson, T. (2001). Sport and Tourism: A Conceptual Framework. *Journal of Sport Tourism*, 8(1), 21-26.
- García Ferrando, M. (2001). *Los Españoles y el deporte: prácticas y comportamientos en la última década del siglo XX: (encuesta sobre los hábitos deportivos de los españoles, 2000) = Spaniards and sport: practice and behaviour in the last decade of the 20th century: (a survey of sports habits in the Spanish population, 2000)*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- García Ferrando, M., & Lagardera, F. (1998). La perspectiva sociológica del deporte. In M. Garcia Ferrando, N. Puig& F. Lagardera (Eds.), *Sociologia del Deporte* (pp. 13-39). Madrid: Alianza Editorial.
- García Ferrando, M., Puig, N., Lagardera, F., & Durán, J. (2002). *Sociología del deporte* (2a actualizada ed.). Madrid: Alianza.
- Getz, D. (2005). *Event management and event tourism* (2a ed.). Elmsford, NY: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2007). *Event Studies: theory, research and policy for planned events*. Amsterdam; London: Elsevier Butterworth-Heinemann.

- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management, 29*(3), 403-428.
- Getz, D., Andersson, T., & Larson, M. (2007). Festival Stakeholder Roles: Concepts and Case Studies. *Event Management, 10*(2/3), 103-122.
- Gibson, H. J. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Sport Management Review, 1*(1), 45-76.
- Gibson, H. J. (2002). Sport tourism at a crossroad? Considerations for the future. In S. Gammon, & J. Kurtzman (Eds.), (pp. 111-128). Luton: Leisure Studies Association.
- Giraud, E. (2005). Editorial. *Lettre du réseau national des sports de nature, 7*, December 2010-1.
- Girginov, V., & Sandanski, I. (2004). The politics of sport sponsorship: A policy network perspective. *European Sport Management Quarterly, 4*(3), 123-149.
- Glyptis, S. A. (1991). Sport and Tourism. In C. P. Cooper (Ed.), *Progress in tourism, recreation and hospitality management. Volume 3* (pp. 281-183). London: Belhaven.
- Gorden, R. (1987). *Interviewing. Strategy, techniques and tactics*. Homewood, Illinois: Dorsey Press.
- Governa, F. (1997). *Il milieu urbano. L'identità territoriale nei processi di sviluppo*. Milano: F. Angeli.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology, 78*, 1360-1380.
- Gratton, C., & Preuss, H. (2008). Maximizing Olympic Impacts by Building Up Legacies. *International Journal of the History of Sport, 25*(14), 1922-1938.
- Gratton, C., & Taylor, P. (2000). *Economics of sport and recreation*. London: E. & F.N. Spon.

- Gray, B. (2007). The process of partnership construction, anticipating obstacles and enhancing the likelihood of successful partnerships for sustainable development. In P. Glasbergen, F. Biermann & Mol, Arthur P. J. (Eds.), *Partnerships, governance and sustainable development: Reflections on theory and practice* (1st ed., pp. 29-48) Edward Elgar Publishing.
- Guia, J. (2000). *Implicaciones del Capital Social para la Ventaja Competitiva de la Empresa en un Contexto Evolutivo*. (Unpublished Doctoral Dissertation). University Jaume I, Valencia.
- Hall, C. M. (1992). Review: adventure, sport and health tourism . In B. Weiler, & C. M. Hall (Eds.), *Special interest tourism* (pp. 158). London: Belhaven Press.
- Hall, C. M. (1997). *Hallmark tourist events: impacts, management, and planning*. Chichester, UK: Wiley & Sons.
- Hall, C. M. (2004). Sports tourism and urban regeneration. In B. Ritchie, & D. Adair (Eds.), *Sports Tourism. Interrelationships, Impacts and Issues* (pp. 192-205). Toronto: Channelview Publications.
- Hede, A., Jago, L., & Deery, M. (2003). An agenda for special event research: lessons for the past and directions for the future. *Journal of hospitality and tourism management, 10*, 1-14.
- Higham, J. E. S. (1999). Commentary - Sport as an Avenue of Tourism Development: An Analysis of the Positive and Negative Impacts of Sport Tourism. *Current Issues in Tourism, 2*(1), 82-90.
- Higham, J. E. S. (2005). *Sport tourism destinations: issues, opportunities and analysis*. Oxford; Boston: Elsevier/Butterworth-Heinemann.
- Higham, J. E. S., & Hinch, T. (2002). Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism Management, 23*(2), 175-185.

- Hinch, T., & Higham, J. E. S. (2004). *Sport tourism development*. Clevedon: Channel View.
- Hite, J. M. (2003). Patterns of Multidimensionality among Embedded Network Ties: A Typology of Relational Embeddedness in Emerging Entrepreneurial Firms. *Strategic Organization*, 1(1), 9-49.
- International Olympic Committee. (1996). *Olympic Movement's Agenda 21: Sport for Sustainable Development*. Lausanne: IOC Sport and Environment Commission.
- Irwin, R. L., & Sandler, M. A. (1998). An analysis of travel behaviour and event-induced expenditures among American collegiate championship patron groups. *Journal of Vacation Marketing*, 4(1), 78-90.
- Ivars, J. A. (2000). Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades. *Investigaciones geográficas*, (23), 59-88.
- Jafari, J. (2002). *Enciclopedia del turismo*. Madrid: Síntesis.
- Jago, L., Chalip, L., Brown, G., Mules, T., & Ali, S. (2003). Building events into destination branding: insights from experts. *Event Management*, 8(1), 3-14.
- Jiménez, P. J., & Gómez, V. (2005). Gestió empresarial del turisme actiu: anàlisi d'oferta. *Apunts: Educació Física i Esports*, (81), 77-82.
- Jones, C. (2005). Major events, networks and regional development. *Regional Studies*, 39(2), 185-195.
- Jones, C. (2008). Assessing the impact of a major sporting event: the role of environmental accounting. *Tourism Economics*, 14, 343-360.
- Jordi, M. (2004). *La Identitat territorial en els processos de desenvolupament local: Banyoles, identitat lacustre i projecte de ciutat*. (Unpublished Girona.
- Kasimati, E. (2003). Economic aspects and the Summer Olympics: a review of related research. *International Journal of Tourism Research*, 5(6), 433-444.

- Keller, P., & Organización Mundial del Turismo. (2001). *Informe introductorio*. Madrid: Organizació Mundial del Turisme.
- Knoke, D., & Kuklinski, J. H. (1986). *Network analysis* (3a ed.). Beverly Hills: Sage Publications.
- Kogut, B. (2000). The network as knowledge: generative rules and the emergence of structure. *Strategic Management Journal*, 21(3), 405-425.
- Kukla, A. (2000). *Social Constructivism and the Philosophy of Science*. Nova York: Routledge.
- Kurtzman, J., & Zauhar, J.A Wave in Time - The Sports Tourism Phenomena. *Journal of Sport Tourism*, (- 1), 35-47.
- Larson, M. (2002). A political approach to relationship marketing: case study of the Storsjöyran festival. *International Journal of Tourism Research*, 4(2), 119-143.
- Larson, M. (2009). Joint event production in the jungle, the park, and the garden: Metaphors of event networks. *Tourism Management*, 30(3), 393-399.
- Lauckner, H., Paterson, M., & Krupa, T. (2012). Using Constructivist Case Study Methodology to Understand Community Development Processes: Proposed Methodological Questions to Guide the Research Process *The Qualitative Report*, 17(25), 1-22.
- Laumann, E. O., Marsden, P. V., & Prenskv. D. (1983). The boundary specification problem in network analysis. In R. S. Burt, & M. J. Minor (Eds.), *Applied network analysis: A methodological introduction* (pp. 18-34). Beverly Hills: Sage.
- Lazzeretti, L., & Petrillo, C. S. (2006). *Tourism local systems and networking*. Amsterdam:
- Lea, M. (2008). *London 2012 could cost £20billion... TEN times original budget, ex-Olympics chief predicts*. Retrieved 02/2, 2013, from <http://www.dailymail.co.uk/news/article-558211/London-2012-cost-20billion--TEN-times-original-budget-ex-Olympics-chief-predicts.html>

Lieber, S. R., & Fesenmaier, D. R. (Eds.). (1983). *Recreation planning and management*. London: E. & F. N. Spon Ltd., cop.

Lipovetsky, G. (1989). *L'Ere du vide: essais sur l'individualisme contemporain*. Paris: Gallimard.

López Palomeque, F. (2005). El Turisme i l'Esport en els Processos de Desenvolupament Local. *Jornades De Turisme i Esport a Catalunya*, Barcelona.

Marsh D, , & Smith M.J. (2000). Understanding policy networks: Towards a dialectical approach. *Political Studies*, 48, 4-21.

Mc Donald, I. (2005). Theorising Partnerships: Governance, Communicative Action and Sport Policy. *Journal of social policy*, 34(04), 579.

Misener, L., & Mason, D. S. (2006). Creating community networks: Can sporting events offer meaningful sources of social capital? *Managing Leisure*, 11(1), 39-56.

Molina, J. L. (2001). *El Análisis de redes sociales :una introducción*. Barcelona: Bellaterra.

Mondello, M. J., & Rishe, P. (2004). Comparative Economic Impact Analyses: Differences Across Cities, Events, and Demographics. *Economic Development Quarterly*, 18(4), 331-342.

Montaner, J., Antich Corgos, J., & Arcarons Simón, R. (1998). *Diccionario de turismo*. Madrid: Síntesis.

Moscardo, G. (2008). Analyzing the Role of Festivals and Events in Regional Development. *Event Management*, 11(1-2), 23-32.

Nadel, S. F. (1957). *The theory of social structure*. Nova York: Free Press.

Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage *The Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.

Nooteboom, B., & Stam, E. (2008). *Micro-Foundations for Innovation Policy*. Amsterdam: University Press.

- Novelli, M., & Benson, A. (2005). A way forward to sustainability? In M. Novelli (Ed.), *Niche Tourism. Contemporary Issues, Trends and Cases* (pp. 247-250). Oxford: Elsevier.
- O'Brien, D., & Gardiner, S. (2006). Creating Sustainable Mega Event Impacts: Networking and Relationship Development through Pre-Event Training. *Sport Management Review*, 9(1), 25-47.
- O'Brien, D. (2007). Points of Leverage: Maximizing Host Community Benefit from a Regional Surfing Festival. *European Sport Management Quarterly*, 7(2), 141.
- Olivera, J., & Olivera, A. (1995). La crisi de la modernitat i l'adveniment de la postmodernitat: l'esport i les pràctiques físiques alternatives en el temps d'oci. *Apunts d'Educació Física i Esports*, (41), 10-29.
- OMT, & COI. (2001). *Deporte & turismo :1ª conferencia mundial, Barcelona (España), 22-23 de febrero de 2001* Organización Mundial del Turismo.
- Padiglione, V. (1995). Diversitat i pluralitat en l'escenari esportiu. *Apunts. Educació Física i Esports*, (41), 30-35.
- Parent, M. M., & Séguin, B. (2007). Factors That Led to the Drowning of a World Championship Organizing Committee: A Stakeholder Approach. *European Sport Management Quarterly*, 7(2), 187-212.
- Parmigiani, A., & Rivera-Santos, M. (2011). Clearing a Path Through the Forest: A Meta-Review of Interorganizational Relationships. *Journal of Management*, 37(4), 1108-1136.
- Pavlovich, K. (2003). The evolution and transformation of a tourism destination network: The waitomo caves, new zealand. *Tourism Management*, 24(2), 203-216.
- Pigeassou, C., Bui-Xuan, G., & Gleyse, J. (1999). Epistemological issues on sport tourism: challenge for a new scientific field. *Journal of Sport Tourism*, 5(2), 18-27.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. New York, N.Y.: Free Press.

- Porter, P. K., & Fletcher, D. (2008). The Economic Impact of the Olympic Games: Ex Ante Predictions and Ex Post Reality. *Journal of Sport Management*, 22(4), 470-486.
- Powell, W. W. (1990). Neither market nor hierarchy: network forms of organization. *Research in Organizational Behavior*, 12, 295-336.
- Prats, L. (2005). *Sistemes locals d'innovació turística: un model conceptual aplicat a la Costa Brava Centre*. Universitat Jaume I. Unitat Predepartamental d'Administració d'Empreses i Màrqueting).
- Pravda. (2008). *Beijing Olympics to cost China 44 billion dollars*. Retrieved 01/29, 2013, from http://english.pravda.ru/sports/games/06-08-2008/106003-beijing_olympics-0/
- Preuss, H. (2005). The Economic Impact of Visitors at Major Multi-sport Events. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 281-304.
- Preuss, H., & Solberg, H. A. (2006). Attracting Major Sporting Events: The Role of Local Residents. *European Sport Management Quarterly*, 6(4), 391-411.
- Puig, N., & Heinemann, K. (1991). El deporte en la perspectiva del año 2000. *Papers, Revista de Sociologia*, 38, 123-141.
- Pyo, S., Cook, R., & Howell, R. L. (1988). Summer olympic tourist market — learning from the past. *Tourism Management*, 9(2), 137-144.
- Quatman, C. C. (2006). *The social construction of knowledge in the field of sport management: a social network perspective*. (Unpublished Doctor of Philosophy). Ohio State University, Ohio.
- Rebollo Rico, S., & Instituto Andaluz del Deporte (Eds.). (2002). *Curso sobre deporte, turismo y medio ambiente*. Málaga: Instituto Andaluz del Deporte.
- Rebollo Rico, S., Latiesa, M., & Instituto Andaluz del Deporte. (2002). *Salidas profesionales en el campo del turismo deportivo*. Málaga: Empresa Pública Turismo Andaluz.

- Reid, S. (2008). Identifying Social Consequences of Rural Events. *Event Management*, 11(1-2), 89-98.
- Reid, S., & Arcodia, C. (2002). Understanding the role of the stakeholder in event management. *Journal of Sport Tourism*, 7(3), 20.
- Rifkin, J. (2000). *The Age of access :the new culture of hypercapitalism, where all of life is a paid-for experience*. New York: J.P. Tarcher/Putnam.
- Ritchie, B. W., & Adair, D. (2004). *Sport tourism : Interrelationships, impacts, and issues*. Clevedon England ; Buffalo: Channel View Publications.
- Ritchie, B., & Adair, D. (2002). The Growing Recognition of Sport Tourism. *Current Issues in Tourism*, 5(1), 1-6.
- Ritchie, J. R. B. (2000). Turning 16 Days into 16 Years Through Olympic Legacies. *Event Management*, 6(3), 155-165.
- Ritchie, J. R. B., & Yangzhou, J. (1987). The role and impact of mega-events and attractions on national and regional tourism: a conceptual and methodological overview. *Proceedings of the 37th Congress of AIEST*, 28 17-57.
- Robinson, M., & Novelli, M. (2005). Niche tourism: an introduction. In M. Novelli (Ed.), *Niche Tourism. Contemporary Issues, Trends and Cases* (pp. 1-11). Oxford: Elsevier.
- Sallent, O. (1991). L'Esport i el Turisme: Un camp fascinant. *Apunts: Educació Física i Esports*, 26, 53-60.
- Sallent, O. (2008). El valor de proveer experiencias únicas en turismo activo: aportaciones prácticas para la oferta. In M. J. Monteagudo (Ed.), *La experiencia de ocio: una mirada científica desde los estudios de Ocio* (pp. 231-248). Estudios de Ocio, Deusto: Documentos de Estudios de Ocio.
- Sancho, A., Buhalis, D., & Organización Mundial del Turismo. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

- Saxena, G. (2005). Relationships, networks and the learning regions: case evidence from the Peak District National Park. *Tourism Management*, 26(2), 277-289.
- Schwandt, T. A. (2000). Three Epistemological Stances for Qualitative Inquiry: Interpretivism, Hermeneutics and Social Constructivism. In N. Denzin, & Y. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research* (pp. 189-214) Sage.
- Scott, J. (2000). *Social network analysis :a handbook* (2a ed.). London etc.: Sage.
- Scott, N., Baggio, R., & Cooper, C. (Eds.). (2008a). *Network analysis and tourism : from theory to practice*. Clevedon England ; Buffalo, NY: Channel View Publications.
- Scott, N., Cooper, C., & Baggio, R. (2008b). Destination Networks: Four Australian Cases. *Annals of Tourism Research*, 35(1), 169-188.
- Shih, H. (2006). Network characteristics of drive tourism destinations: An application of network analysis in tourism. *Tourism Management*, 27(5), 1029-1039.
- Shone, A., & Parry, B. (2001). *Successful event management :a practical handbook*. London: Continuum.
- Slack, T., & Parent, M. M. (2006). *Understanding sport organizations :the application of organization theory* (2a ed.). Champaign, IL: Human Kinetics.
- Small, K. (2008). Social Dimensions of Community Festivals: An Application of Factor Analysis in the Development of the Social Impact Perception (SIP) Scale. *Event Management*, 11(1-2), 45-55.
- Sofield, T. H. B. (2003). Sports Tourism: from Binary division to Quadripartite Construct. *Journal of Sport & Tourism*, 8(- 3), 144-165.
- Sorensen, F. (2004). *Tourism experience innovation networks: Tourism Experience Innovations and the Role of Geographically Organised Production and Information Innovation Networks*. Department of Social Sciences - Roskilde University). (267)
- Spilling, O. R. (1996). Mega event as strategy for regional development The case of the 1994 Lillehammer Winter Olympics. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 8(4), 321-344.

- Spiropoulos, S., Gargalianos, D., & Sotiriadou, K. (2006). The 20th Greek Festival of Sydney: A Stakeholder Analysis. *Event Management*, 9, 169-183.
- Standeven, J. (1997). Sport tourism: Joint marketing — A starting point for beneficial synergies
. *Journal of Vacation Marketing*, 4(1), 39-51.
- Standeven, J., & de Knop, P. (1999). *Sport tourism*. Champaign Ill.: Human Kinetics.
- Steiner, M., & Ploder, M. (2008). Structure and Strategy within Heterogeneity: Multiple Dimensions of Regional Networking. *Regional Studies*, 42(6), 793.
- Stokes, R. (2006). Network-based strategy making for events tourism. *European Journal of Marketing*, 40(5/6), 682-695.
- Stokes, R. (2008). Tourism strategy making: Insights to the events tourism domain. *Tourism Management*, 29(2), 252-262.
- Syme, G. J., Shaw, B. J., Fenton, D. M., & Mueller, W. S. (Eds.). (1989). *The Planning and Evaluation of Hallmark Events*. Brookfield, VT.: Avebury.
- Turco, D. M., Riley, R., & Swart, K. (2002). *Sport Tourism*. Morgantown: Fitness Information Technology, Inc.
- UKSports. (2004). *Measuring success 2: The economic impact of major sports events*. (). London: UK Sports.
- UNISPORT. (1992). In Junta de Andalucía (Ed.), *Carta Europea del Deporte*. Málaga: Junta de Andalucía.
- Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42(1), 35-62.
- Vilà Valentí, J., & Vera, J. F. (1997). *Análisis territorial del turismo :una nueva geografía del turismo*. Barcelona: Ariel.
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social network analysis: methods and applications*. Cambridge etc.: Cambridge University Press.

- Wasserman, S., & Galaskiewicz, J. (1994). *Advances in social network analysis :research in the social and behavioral sciences*. Thousand Oaks, Calif. etc.: Sage.
- Watkins, M., & Bell, B. (2002). The experience of forming business relationship in tourism. *International Journal of Tourism Research*, 4, 15-28.
- Webb, S. (2005). Strategic partnerships for sport tourism destinations. In J. E. S. Higham (Ed.), *Sport tourism destination* (pp. 136-150) Elsevier, Ltd.
- Weed, M. (Ed.). (2007). *Sport & Tourism: A Reader*. London: Routledge.
- Weed, M. (2009). Progress in sports tourism research? A meta-review and exploration of futures. *Tourism Management*,
- Weed, M., & Bull, C. (2009). *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers* (2nd ed.). Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Whitford, M. (2009). A framework for the development of event public policy: Facilitating regional development. *Tourism Management*, 30(5), 674-682.
doi:10.1016/j.tourman.2008.10.018
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualisation, and extension. *Academy of Management Review*, 27(2), 185-203.
- Zauhar, J. (2004). Historical perspectives of sports tourism. *Journal of Sport Tourism*, 9(1), 5.