



# El turismo y la transformación del capital social en las comunidades rurales

*Yesika Alejandra Ayala Suárez\**

*Zulma Hasbleidy Vianchá Sánchez\*\**

*José Luis Cruz Vásquez\*\*\**

Fecha de recepción: 14 de enero de 2023

Fecha de aprobación: 26 de mayo de 2023

**Resumen:** El turismo es un fenómeno social que produce cambios en los ámbitos territorial y relacional. Su desarrollo depende justamente del contexto, las estructuras, los procesos, las personas locales, los turistas y de quienes participan de la actividad económica en el territorio. Lo anterior hace que se generen diversas relaciones socioculturales estableciendo cierto nivel y tipo de capital social. El objetivo del presente artículo de revisión es identificar procesos de transformación del capital social por influencia del turismo en comunidades rurales, a partir de la exploración de casos en el mundo, publicados en las bases de datos Scopus, Web of Science y Lens; se seleccionaron, analizaron y clasificaron artículos publicados en inglés y español desde el año 2010 a 2022. La investigación permite describir los elementos que han fortalecido o erosionado el capital social.

**Palabras clave:** capital social, turismo, comunidades rurales, análisis bibliográfico.

**Clasificación JEL:** R11; Q3; O1; H54; L83.

Cómo citar:

Ayala Suárez, Y A, Vianchá Sánchez, Z H & Cruz Vásquez, J L. (2023). El turismo y la transformación del capital social en las comunidades rurales. *Apuntes del Cenes*, 42 (76). Págs. 123 - 151. <https://doi.org/10.19053/01203053.v42.n76.2023.15510>

\* Administradora de Empresas. Estudiante de Maestría en Gestión y Desarrollo Rural de la Universidad Nacional de Colombia. Joven investigadora del grupo de investigación OIKOS adscrito a la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. [yesika.ayala@uptc.edu.co](mailto:yesika.ayala@uptc.edu.co) <https://orcid.org/0000-0003-0682-9699>

\*\* Ingeniera de Sistemas y Computación. Candidata a doctora en Estudios Ambientales y Rurales. Investigadora del Centro Regional de Gestión para la Productividad y la innovación de Boyacá CREPIB. [zuisanchez@gmail.com](mailto:zuisanchez@gmail.com) <https://orcid.org/0000-0001-6371-9344>

\*\*\* Economista. Magíster economía agraria. Profesor asociado tiempo completo de la Universidad Pedagógica Tecnológica de Colombia. [jose.cruz@uptc.edu.co](mailto:jose.cruz@uptc.edu.co) <https://orcid.org/0000-0002-5432-6909>

# *Tourism and the Transformation of Social Capital in Rural Communities*

## **Abstract**

Tourism is a social phenomenon that produces changes in the territorial and relational spheres. Its development depends precisely on the context, structures, processes, local people, tourists, and those who participate in the economic activity in the territory. This leads to the generation of diverse sociocultural relationships, establishing a certain level and type of social capital. The objective of this review article is to identify processes of transformation of social capital due to the influence of tourism in rural communities, based on the review of worldwide cases published in the Scopus, Web of Science and Lens databases; articles published in English and Spanish from 2010 to 2022 were selected, analyzed, and classified. The research makes it possible to describe the elements that have strengthened or eroded social capital.

**Keywords:** social capital, tourism, rural, communities.

## INTRODUCCIÓN

El capital social es un tema que ha adquirido fuerza en los últimos años, principalmente en áreas de las ciencias sociales, debido al papel que desempeña en la generación de contextos adecuados para desarrollar ventajas competitivas en distintas actividades económicas (Adler & Kwon, 2002; McFadyen & Cannella, 2004; Nahapiet & Ghoshal, 1998). La vinculación entre la dupla capital social y turismo no ha sido estudiada en profundidad (Ostrom *et al.*, 1999), si bien se reconoce que el capital social es un factor importante para el desarrollo de este (Becton, 2006; Moscardo, 2008; Wellings, 2007) y, al mismo tiempo, que el turismo es un elemento significativo en los cambios del capital social. En algunos casos fomenta el empoderamiento, si el turismo es gestionado de manera comunitaria, y puede ser factor de desarrollo local, cuando los beneficios se distribuyen de manera equitativa entre todos los sectores sociales (Berlanga, 2015). Pero también puede incrementar la desigualdad social, cuando se privilegian los factores económicos. Igualmente,

puede facilitar el empalme con otros modelos culturales, generando procesos de aculturación en factores identitarios de las comunidades donde se desarrolla esta actividad.

Los espacios rurales son altamente heterogéneos porque están inmersos en dinámicas multifuncionales y de pluriactividad, que permiten que coexistan diversas modalidades de sustento. Algunas de las modalidades relacionadas con el turismo son: turismo rural, turismo comunitario, ecoturismo, agroturismo, turismo de naturaleza y turismo de aventura (Pérez, 2010).

Para la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo rural es un tipo de actividad que se relaciona con productos dirigidos al medio rural y se desarrollan en entornos no urbanos con características tales como baja densidad demográfica, paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura, y estructuras sociales y formas de vida tradicionales (World Tourism Organization [UNWTO], 2020).

El presente documento pretende identificar procesos de transformación del capital social por influencia del turismo en comunidades rurales, a partir de la revisión de casos en el mundo, publicados en bases de datos como Scopus, WoS y Lens. El documento presenta inicialmente algunos aspectos teóricos del turismo y el capital social. Posteriormente, se expone la metodología utilizada para la investigación, la cual se basó en mapeo sistémico, donde se identificaron variables que permiten analizar la relación entre turismo y capital social a través del *software* ATLAS Ti 8.

Este análisis hizo posible identificar que el turismo genera distintas transformaciones en el capital social de una comunidad, que pueden ir desde la construcción y consolidación de acciones colectivas basadas en la confianza, reciprocidad y cooperación, hasta la fractura o erosión de las relaciones sociales y de los factores identitarios de una comunidad.

### **Algunos aspectos del turismo y el capital social**

Según Bourdieu, capital social es “el agregado de los recursos reales o potenciales que se vinculan con la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento o reconocimiento mutuo” (Bourdieu, 1985, p. 248). Franulic, citando a Coleman, menciona que el

capital social está integrado por estructuras sociales y relaciones que facilitan la acción de los actores –ya se trate de personas o actores corporativos– en una estructura. Es “el componente del capital humano que permite a los miembros de una sociedad confiar en los demás y cooperar en la formación de nuevos grupos y asociaciones” (Coleman, en Franulic, 2001, p. 14).

La presente investigación se enfoca en el concepto de capital social desde una perspectiva rural y comunitaria, siguiendo el punto de vista de Durston (2002), quien define el capital social como el entramado de relaciones y cuerpos sociales que conforman comunidad. Estas relaciones se caracterizan por actitudes de confianza, acompañadas de reciprocidad y cooperación:

- **Confianza:** se soporta culturalmente en la reciprocidad y en el afecto hacia personas que se consideran confiables. Confiar implica la disposición de poner bienes propios bajo el control del otro y saber que serán bien manejados.
- **Reciprocidad:** es el principio fundamental que rige todo tipo de relaciones en una comunidad (Mauss, 1990).
- **Cooperación:** es una acción encaminada a cumplir objetivos en común. La cooperación, la confianza y reciprocidad son resultado de la unión de estrategias individuales.

Otros elementos estudiados en la dupla capital social y turismo son los siguientes:

*Las redes colaborativas*, que se caracterizan por ser un conjunto de organizaciones e individuos que actúan mayoritariamente de forma autónoma y heterogénea, y que deciden colaborar para alcanzar objetivos comunes (Camarinha-Matos & Afsarmanesh, 2007). Un aspecto positivo del enfoque de red es que hace posible identificar la percepción de los actores en cuanto a sus interacciones y sus propósitos, además de generar interacción entre actores y organizaciones para lograr proyectos comunes y romper barreras burocráticas (Andrade Bock & Macke, 2014).

*La cohesión social*, que se puede relacionar con el sentido de pertenencia que genera compartir valores y propósitos comunes en un grupo poblacional (Moody & White, 2003; Woolley, 2003). Jenson (1998) asocia el concepto de cohesión social a elementos tales como la inclusión, la participación, el reconocimiento y la legitimidad, con acciones que conduzcan a fomentar la solidaridad social, la generación de redes y el sentido de identidad (Forrest & Kearns, 2016; Festinger et al., 1950). Gross y Martin (1952), por su parte, conciben la cohesión social como la fuerza y resistencia necesarias para que los grupos permanezcan unidos.

*La acción colectiva*, entendida como la capacidad que tiene cierto grupo de actores para dar soluciones específicas a problemas con miras a cumplir objetivos comunes (Crozier & Friedberg, 1990).

*Las relaciones de vinculación*, que se refieren al abordaje relacional del capital social. En este sentido, Nahapiet y Ghoshal (1998), y Nardone et al. (2010) identifican una serie de interacciones que pasan a formar redes entre actores, las cuales buscan promover asociaciones cívicas del trabajo conjunto de una comunidad por un objetivo en común.

Durston (2002), complementando lo anterior, indica que el capital social es “un conjunto de redes personales, creadas a partir de la necesidad del individuo en confiar en otras personas y recibir la misma confianza; estas redes se convierten en un bien de la comunidad” (p. 17). Se puede considerar que el capital social se refiere a la capacidad de una comunidad para generar relaciones de confianza, cooperación y reciprocidad que conduzcan a la creación de redes o asociaciones que trabajan por objetivos en común y logren mejorar el bienestar económico, social, cultural y ambiental de una comunidad.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que, aunque las relaciones son un elemento fundamental del capital social, no todas contribuyen a la consolidación del capital social (Woolcock & Bank, 2000).

En este orden de ideas, enseguida se plantea la relación que existe entre el capital social desde un punto de vista rural y comunitario y la actividad económica del turismo desarrollada en espacios rurales. El turismo rural aporta beneficios para las economías rurales a través del mantenimiento y la creación de empleo, el apoyo a las unidades productivas agrícolas, la conservación del paisaje, el arte propio de los saberes artesanales rurales (Cabriní, 2002).

El turismo es un potenciador de diversas transformaciones, debido a los recursos que deben asignarse y utilizarse para motivar los viajes a un destino turístico. El proceso para consolidar un lugar así requiere diversas adaptaciones, que implican, por ejemplo, contar con infraestructura y equipamientos para atender las necesidades de los turistas. Algunos elementos estarán fuera del destino, como la infraestructura de transporte aéreo, pero la mayoría de los ajustes deben hacerse en el destino. Estos ajustes cambian el acceso, la disponibilidad y el control a atractivos o recursos turísticos, porque generalmente es necesario modificar los procesos de planeación y regulación territorial que, sumados a la presencia constante de visitantes, nuevos residentes y migrantes, ocasionan todo un conjunto de transformaciones asociadas al turismo (Ryan, 2003; Vianchá Sánchez, 2021). Estos cambios modifican el capital social de un territorio generando procesos que ayudan

a fortalecerlo o también pueden llevar a erosionarlo.

Uno de los mayores cambios que se ha identificado en el capital social tiene que ver con las múltiples relaciones que emergen con el turismo. Este relacionamiento produce cambios en aspectos socioculturales, tanto de quienes hacen parte directa del sector como de otros actores sociales pertenecientes al territorio (Ying & Zhou, 2007), si bien los componentes de los cambios culturales suelen ser externos a la comunidad, ya que en la actualidad las poblaciones mantienen lazos y relaciones tan variadas que resulta fácilmente demostrable que las sociedades constantemente cambian de forma paulatina o acelerada (Eshliki & Kaboudi, 2012), entendiendo que el capital social está presente en todo tipo de comunidades (Park *et al.*, 2012).

La pesquisa sobre turismo y capital social se ha centrado en el análisis de este último y su contribución al desarrollo del turismo en las comunidades, así como la influencia de este en el fortalecimiento e incremento del capital social de las comunidades a través del refuerzo de las relaciones entre diversos actores locales y extralocales (Álvarez-Sousa, 2005; Cacciutto, 2010).

## METODOLOGÍA

La metodología empleada consiste en el proceso de mapeo sistémico (Centre for Evidence-Based Conservation, 2010),

el cual describe aspectos importantes de evidencias con preguntas abiertas, usando matrices de clasificación y categorías definidas.

A continuación, se expone el proceso planteado por [Viancha Sánchez \(2021\)](#), el cual será utilizado para la presente revisión.

- *Delimitar el alcance:* la revisión busca analizar si la actividad turística en espacios rurales tiene influencia en los procesos de transformación

del capital social y observar si estos cambios han sido positivos o negativos para el territorio y las comunidades locales. En ese sentido se plantea la siguiente pregunta: ¿qué implicaciones ha tenido el turismo en el capital social de comunidades en espacios rurales?

- *Delimitar la estrategia de búsqueda:* la información se buscó en bases de datos tales como Lens, Scopus y Web of Science. En la Tabla 1 se presenta la estrategia de búsqueda.

**Tabla 1.** Elementos de la ecuación de búsqueda

BÚSQUEDA ESTRATÉGICA					
Nombre de la base de datos	Fecha de consulta	Ecuación de búsqueda	Limitadores aplicados	N.º resultados obtenidos	N.º referencias seleccionadas
Lens	Marzo 2022	Título: Turismo AND (Resumen: (Capital AND social) Resumen: Rural)	Tipo de documento: Articles Review Rango en fechas: desde 2000 a 2022	18	15
Scopus	Agosto 2022	(TITLE ("Tourism") AND ABS ("Social Capital") AND ABS ("Rural"))	Tipo de documento: Articles and Chapter Book Rango en fechas: desde 2005 a 2022	59	36
Web of Science	Agosto 2022	"Social Capital" (Title) AND "Tourism" (Title)	Tipo de documento: Articles and Articles Review Rango en fechas: desde 2010 a 2022	58	10

**Fuente:** elaboración propia

- *Seleccionar artículos para el análisis:* los artículos se seleccionaron con los siguientes criterios: artículos, revisiones y capítulos de libro, escritos en español, inglés o portugués, que presenten procesos de transformación de capital social impulsados por el desarrollo de actividades turísticas en espacios rurales.
- *Clasificar y cuantificar la información:* para clasificar la información

se elaboró una bitácora de revisión en una hoja de cálculo (Tabla 2, anexo) con los siguientes elementos: título de la publicación, nombre de los autores, año de publicación, tema principal de la investigación, país y estado de origen, área del destino, elementos de capital social estudiados en la investigación, metodología utilizada, impactos positivos y negativos en capital social, hallazgos significativos y propuestas.

Finalmente, a través del *software* Atlas ti 8, el cual es una herramienta de análisis de datos cualitativos, se categorizó la información tomando en cuenta variables tales como capital social y turismo, elementos de capital social estudiados e impactos positivos y negativos en el capital social. De esta manera se analizó la coocurrencia de palabras que estén ligadas con las variables anteriormente mencionadas. Posteriormente, se construyó una red que permite evidenciar gráficamente las relaciones semánticas entre las variables y entre las coocurrencias que dan lugar a la realización de un análisis holístico de la investigación.

## ANÁLISIS DE RESULTADOS

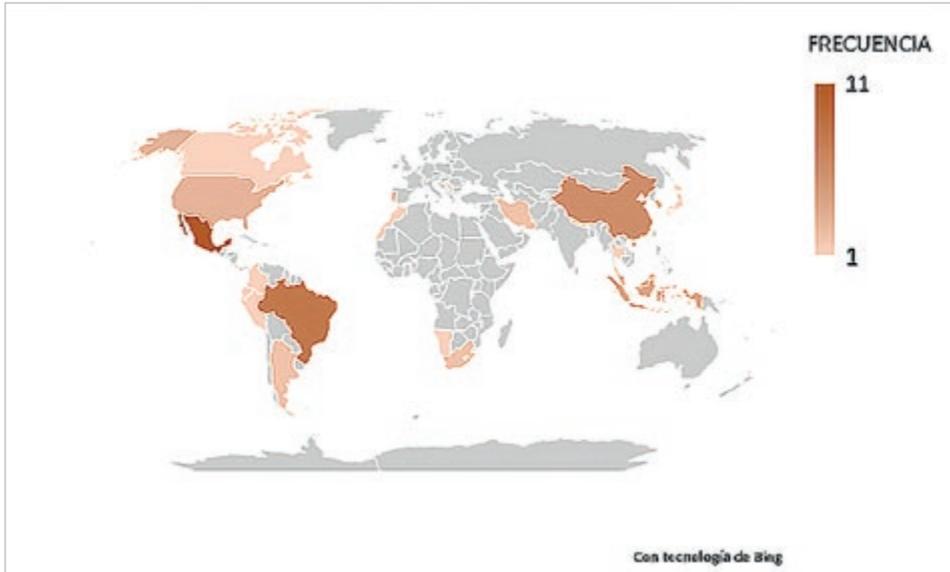
De los 61 artículos revisados, el 58 % corresponde a México, el 13 % a Brasil, el 10 % a China, el 6 % a Indonesia, y Malasia, Portugal, Corea y Estados Unidos tienen el mismo porcentaje (3 %) respectivamente, entre otros (Figura 1).

Las investigaciones se llevaron a cabo en espacios rurales, áreas protegidas y áreas de comunidades étnicas, entre otras, y fueron publicadas entre el año 2005 y el 2022. Se evidencia un crecimiento importante en este tipo de trabajos a lo largo de los años, aunque en los años 2009-2010 no se generaron investigaciones sobre el tema, como se puede observar en la Figura 2. Los autores más citados en la dupla de capital social y turismo según Scopus, son Wang y Carneiro. En

la base de datos de WoS el autor más representativo es García-Villaverde, y en Lens, Albolghasem Ebrahimi. Según el análisis realizado a través de Lens, las revistas en las que se publicó el mayor número de artículos con el tema fueron *Journal of Sustainable Tourism* (con dos documentos) y *Sustainability* (con cinco).

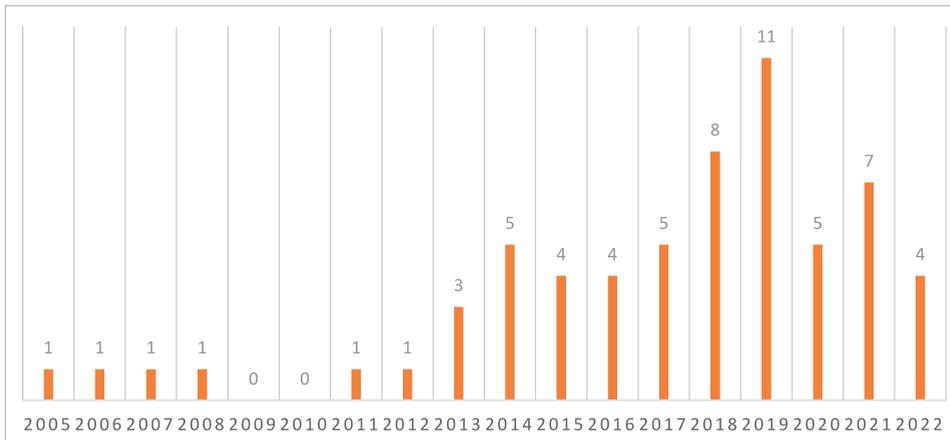
En los resultados se identificaron impactos positivos y negativos en el capital social producidos por el turismo. El ser cuantificados se logró evidenciar que el 80.65 % de los artículos revisados reportan impactos positivos y que el 61.29 % —es decir, 38 artículos— impactos negativos. Cabe aclarar que en algunos de estos se registran impactos tanto positivos como impactos negativos.

Parte de la revisión identificó recomendaciones y propuestas de los investigadores, el 77.42 % de los artículos sugieren propuestas o acciones de fortalecimiento del capital social. Como se observa en la Tabla 1, se consideró “rural” como palabra clave, por lo cual los resultados corresponden a zonas rurales en costa (cuatro documentos), zonas protegidas rurales, zona de comunidades y zona urbana con tres documentos respectivamente. Es importante recalcar que la mayoría de las investigaciones no mencionan la etapa de desarrollo en la que se encuentra el turismo en las zonas de estudio.



**Figura 1.** Países de origen de las investigaciones

**Fuente:** elaboración propia



**Figura 2.** Publicaciones por año

**Fuente:** elaboración propia

En cuanto a la metodología, se logró evidenciar que el 74 % de las investigaciones se realizaron bajo una metodología de tipo cualitativo, el

18 % con enfoque cuantitativo y el 8 % restante con enfoque mixto. Las herramientas más usadas para las investigaciones cualitativas fueron

principalmente entrevistas semiestructuradas, observación participante y no participante, uso del método etnográfico y análisis de información secundaria. En las de tipo cuantitativo se usaron métodos tales como el análisis de regresión factorial, ecuaciones estructurales y correlación de Pearson.

### Resultados en términos de variables estudiadas

La metodología de mapeo sistémico permite plantear elementos de clasificación de artículos, que fueron analizados en dos momentos. Primero, se tuvieron en cuenta elementos de capital social analizados en el caso, así como impactos positivos y negativos, los cuales se examinaron a través del *software* ATLAS.ti 8, el cual permite organizar, analizar e interpretar información. Se realizó una red semántica para representar las relaciones identificadas en el análisis de los artículos. Y el *software*, de manera simultánea, brindó elementos cuantitativos (coocurrencias o frecuencias) que posibilitan relacionar la información de forma visual a través de la red (Pericás, 2005), como se observa en la Figura 3.

En segundo lugar, se tomaron en cuenta los aspectos de hallazgos significativos y propuestas, y se analizaron a través de la herramienta nube de palabras, que permite hacer una representación visual de las palabras más representativas que se encontraban en los textos

examinados. A continuación se presenta el análisis:

La red semántica muestra las relaciones entre los códigos identificados en el análisis. Se observa en la Figura 3 que los códigos *confianza*, *relación de vinculación*, *redes*, *participación* y *medios de vida* se relacionan tanto con impactos negativos en el capital social como con impactos positivos. Esto indica que el turismo puede tener diferentes efectos en estos atributos. Por un lado, puede aumentar o fortalecer estos aspectos positivos, pero por otro, también puede disminuirlos o erosionarlos.

Estos resultados muestran que los impactos en el capital social dependen en gran medida de la participación de las comunidades en el proceso de desarrollo turístico. Si las comunidades locales están involucradas activamente y tienen voz en la toma de decisiones, el turismo tiende a generar impactos positivos en el capital social. En cambio, si las comunidades tienen un papel limitado en el desarrollo turístico, los efectos pueden ser negativos. Otro factor puede ser el tipo de turismo que se promueve en los destinos. Si se fomenta de manera sostenible y responsable, que respete la cultura y el entorno local, es más probable que se generen impactos positivos. Por el contrario, si el turismo es masivo, descontrolado o no se tiene en cuenta la cultura local, los efectos negativos pueden ser más significativos.

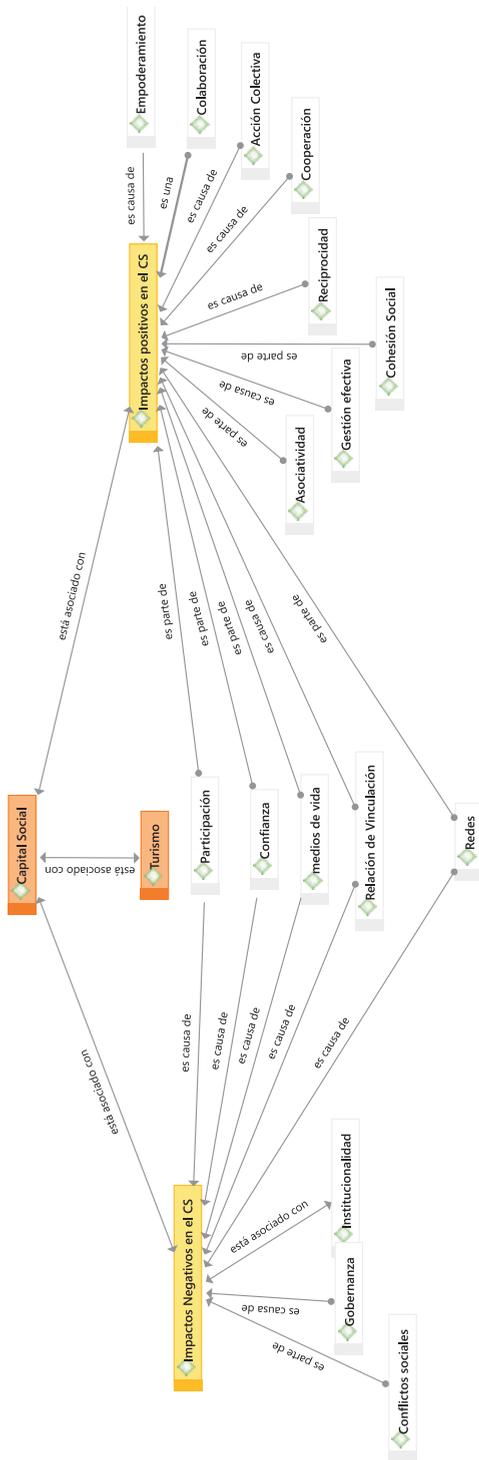


Figura 3. Red semántica a partir de elementos para la clasificación de artículos.

Fuente: elaboración propia usando ATLAS.ti 8

Los códigos *gobernanza*, *institucionalidad* y *conflictos* están asociados con impactos negativos en el capital social. Posiblemente, porque el desarrollo del turismo suele generar conflictos en las relaciones de poder, que se concentran en quienes tienen más propiedades y posibilidades de participación, como los empresarios de la industria del turismo, sectores inmobiliarios, agencias de viajes y operadoras que debilitan la gobernanza, reducen la participación y la toma de decisiones por parte de la comunidad. Además, en algunos casos, los destinos turísticos no cuentan con la institucionalidad necesaria para la gestión de esta actividad, dejando el desarrollo de este en manos de actores que se interesan más por el negocio del turismo que por el bienestar de la población residente.

Los códigos *cohesión social*, *reciprocidad*, *cooperación*, *acción colectiva*, *colaboración*, *asociatividad* y *empoderamiento* están relacionados con los impactos positivos en el capital social. Esto indica que el turismo puede promover organizaciones e iniciativas colectivas que fortalecen el capital social, al permitir que las comunidades ofrezcan servicios turísticos, mientras generan lazos de cooperación.

### **Impactos positivos en el capital social**

El análisis realizado en el *software* ATLAS.ti 8 con la dupla capital social y turismo, permite observar (Figura 4) el grado de coocurrencia o frecuencia de

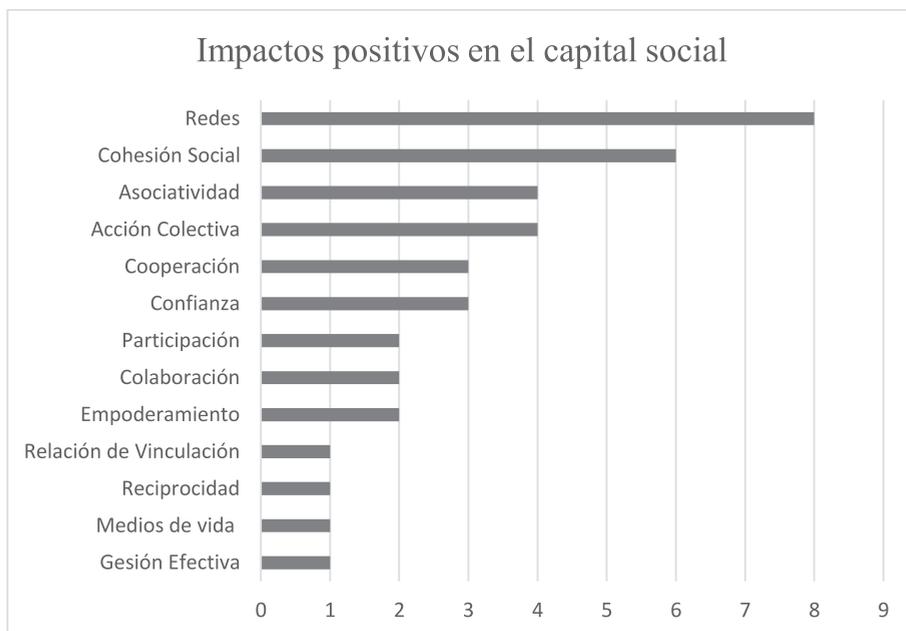
las palabras o códigos que se relacionan con los impactos positivos presentes en los artículos estudiados. Los resultados muestran que la creación de redes y la cohesión social son los impactos positivos más mencionados en los artículos revisados.

La creación de *redes colaborativas* fue mencionada en ocho artículos; por ejemplo, en el relativo a la zona norte de Buenos Aires en Argentina, donde la conformación de grupos y redes permitió mejorar la oferta turística del lugar, porque a través de la asociación localizada se dinamizaron algunas actividades productivas, se crearon emprendimientos vinculados al turismo y se desarrollaron iniciativas de turismo rural (Leonardi & García Casal, 2018). Está también el caso de los microempresarios de turismo de vida en Carolina del Norte en Estados Unidos, quienes, a través de la red reciben apoyo mutuo en forma de intercambio de información y mercadeo con pares (Morais et al., 2018).

El incremento de la *cohesión social* fue mencionado en seis artículos. Uno de los más interesantes es el caso de México, en el que se logró confirmar la importancia de la cohesión social de las comunidades rurales como un factor preponderante para la organización colectiva, especialmente cuando se logran establecer acuerdos comunes con fines de desarrollo comunitario y conservación ambiental. Además, se evidencia un factor que puede explicar

el fracaso de las iniciativas turísticas comunitarias, que radica en la falta de cohesión social, lo cual es necesario

para fortalecer la organización colectiva (Kieffer, 2018).



**Figura 4.** Impactos positivos en el capital social

**Fuente:** elaboración propia

La *acción colectiva* y la *asociatividad* fueron mencionados como elementos fundamentales para lograr objetivos en común que generalmente de manera individual son difíciles de conseguir. Es el caso presentado por [Hwang y Stewart \(2017\)](#), quienes estudiaron aspectos de acción colectiva en dos comunidades de Corea del Sur y evidenciaron que, en comparación con los lazos personales individualizados entre los habitantes, las organizaciones sociales o asociacio-

nes son fundamentales para potenciar la acción colectiva de los vecinos.

La *confianza* y la *cooperación* también se consideran elementos básicos para el fortalecimiento del capital social. En el caso de México –en el Mirador y Mata Clara– se observó disposición para colaborar y cooperar a través de mano de obra; aquí se resalta la confianza en lazos próximos como la familia y los amigos ([García et al., 2022](#)).

*Empoderamiento, colaboración y participación* también son elementos importantes para ambos: la relación turismo y capital social, y el desarrollo turístico. Entendiendo que, si los actores locales participan directamente en el desarrollo del turismo, se logran procesos como la revalorización de conocimientos ancestrales locales, con la creación de empresas de base comunitaria para complementar las actividades económicas y con un enfoque más justo hacia el mercado y, en ese sentido, más recíproco (Mérida *et al.*, 2013). Por consiguiente, el turismo con gestión comunitaria permite fortalecer el emprendimiento y que los sectores sociales interesados se vean beneficiados (Berlanga, 2015).

Finalmente, los elementos con menos grado de coocurrencia son *gestión efectiva, medios de vida, reciprocidad y relaciones de vinculación*. Se identifica un artículo respectivamente resultado de la investigación. Para los casos de Portugal, la *gestión efectiva* de recursos permite compartir conocimientos y mejorar prácticas a medida que se desarrollan los proyectos (Costa & Ribeiro Galina, 2016). En el caso de Rota das Salamarias, Marau, Rio Grande do Sul (Brasil), se observó que, en términos de los *medios de vida*, hubo ampliación en las fuentes de ingresos, la continuidad del trabajo de las familias en consonancia con el mejoramiento de la calidad de vida de la unidad familiar (Padilha & de Souza, 2019). Para el caso de Argentina, la *reciprocidad* abre

un espacio y ofrece continuidad a los emprendedores y asesores de turismo rural (Leonardi & García Casal, 2018). En cuanto a Sudáfrica, se encontró que las mujeres negras emprendedoras trabajan unidas para generar capital social “vinculante” (*relaciones de vinculación*) y canalizar el capital social, económico, cultural y simbólico para la comunidad (Hikido, 2017).

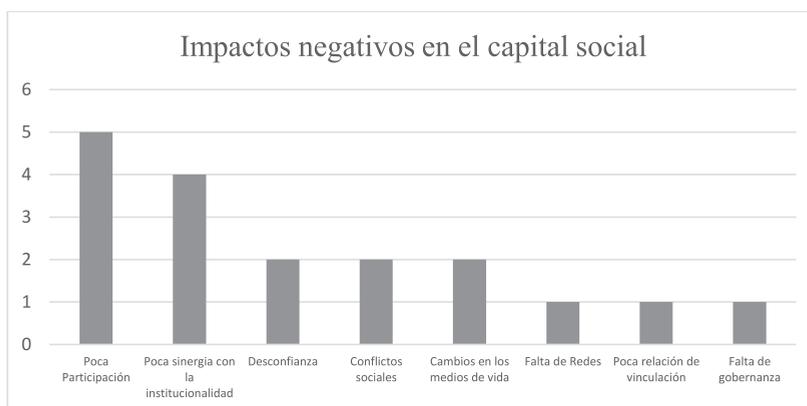
### Impactos negativos en el capital social

Se analizó el grado de coocurrencia o frecuencia de los códigos que tienen relación con el elemento *impactos negativos* en el capital social. En ese sentido, en orden ascendente a descendente, estos fueron: limitación de la participación local, institucionalidad, medios de vida, conflictos sociales, gobernanza, cohesión social, relación de vinculación, redes y participación. Estos pueden observarse de manera cuantificable (Figura 5). Posteriormente se amplía información de cada uno de los impactos negativos en el capital social.

La *limitación en la participación local* y la *institucionalidad* son los impactos negativos con mayor coocurrencia, de modo que se puede evidenciar que, del total de artículos estudiados, cuatro mencionan cada uno de estos aspectos como negativos en el capital social. Para México (Kieffer, 2018) se encontró una relación irregular entre la institucionalidad y las comunidades rurales, dado que las políticas públicas son verticales y la participación de los actores locales

es mínima. En el caso de Quintana Roo en México se halló que la gestión efectiva se desarrolla en comunidades con un capital social fuerte, que cuentan con

el apoyo de instituciones públicas para el desarrollo de la actividad turística (Segrado Pavón *et al.*, 2013).



**Figura 5.** Impactos negativos en el capital social

**Fuente:** elaboración propia

La *reducción en los medios de vida, el aumento de los conflictos sociales y la disminución de la confianza* fueron mencionados en dos artículos respectivamente. El caso de Chongqing (China) mostró que, tras el desarrollo del turismo rural, el capital humano, social y natural de los agricultores disminuyó, se incrementaron las brechas entre el capital de subsistencia de los hogares rurales participantes en turismo rural y el de no participantes, situación que aumentó la vulnerabilidad de sus medios de vida (Yi *et al.*, 2022). En el caso de México, el turismo usa recursos naturales y culturales que incrementan los *conflictos sociales* al alterar aspectos socioculturales del territorio, como costumbres, espíritu de comunidad y ayuda

mutua, y esto conduce a la pérdida de capital social y de identidad (Segrado Pavón *et al.*, 2013).

La *gobernanza* tiene poco grado de coocurrencia. Fue mencionada en el caso de Minca en la Sierra Nevada de Santa Marta (Colombia), donde el capital social y la gobernabilidad están asociados a desafíos y limitaciones que enfrentan regiones en contextos de posconflicto al implementar el turismo (Rocca & Zielinski, 2022). En cuanto a Irlanda del Norte (Mcareavey & Mcdonagh, 2011), la gobernanza está relacionada con problemas en la implementación de proyectos turísticos por la baja capacidad institucional y la pre-



Algunas de las propuestas se basan en generar ecosistemas turísticos resilientes, que busquen la inclusión de actores locales generalmente marginados, para crear espacios de participación, donde se respete el medio ambiente y la identidad cultural, y se promueva la innovación y el fortalecimiento de la competitividad con la participación de actores locales y gubernamentales.

En ese sentido, los autores mencionan que, si el turismo se gestiona de manera adecuada y además comunitariamente, esto conduce al empoderamiento y una mejor distribución de beneficios a los sectores sociales (Berlangua, 2015). A su vez, la capacidad de comunicación y configuración de redes con la comunidad y otras comunidades permite el fortalecimiento del capital social (Arsuaga & Jiménez, 2014). Por su parte, Zhou *et al.* (2021) sugieren mejorar las prácticas para la planificación y gestión rural donde se ofrecen destinos turísticos. También se manifiesta la importancia de las implicaciones políticas para ampliar el panorama de la innovación tecnológica en el turismo y la necesidad de integrar las categorías coincidentes de capital social para aumentar tipos específicos de innovación (Patluang, 2019).

## DISCUSIÓN

El capital social es un factor determinante para el desarrollo del turismo en áreas rurales y, al mismo tiempo, el turismo transforma de diversas mane-

ras el capital social de las comunidades rurales. Los resultados de este artículo de revisión indican la importancia de las redes de actores rurales como elementos relevantes para aumentar la participación de las comunidades en el desarrollo turístico. Cuanto más cercanas y fuertes sean las relaciones entre actores, mayor es la probabilidad de la generación de esfuerzos y acuerdos comunitarios para ofrecer un turismo alternativo e innovador, que sea más cercano a los modos de vida rurales (Hwang & Stewart, 2017). Estas relaciones suelen estar basadas en la confianza, la reciprocidad y la identidad rural como elementos que pueden ser determinantes para el desarrollo de iniciativas comunitarias y, al mismo tiempo, para el fortalecimiento y la continuidad de los grupos y redes locales (Andrade Bock & Macke, 2014).

También se ha logrado reconocer la importancia de la gobernanza local para mejorar la gestión del turismo, así como del territorio. Existe evidencia en algunos casos estudiados de que las comunidades que lograron liderar los procesos de planeación y gestión del turismo consiguieron también resolver problemas de acción colectiva mejor que el Estado, en la medida en que tienen una mejor comprensión de su territorio (Bowles & Gintis, 2002). En ese sentido, Dangi y Jamal (2016), y Lane y Kastenholz (2015) plantean la posibilidad de diseñar instrumentos propios de gobernanza local para aprovechar los beneficios potenciales

que trae el turismo, pero también para minimizar sus impactos negativos.

Sin embargo, es evidente que las implicaciones teóricas de la gobernanza comunitaria y su capacidad para resolver problemas socioeconómicos y de sostenibilidad ambiental rara vez se mencionan (Rocca & Zielinski, 2022). Quizás porque es común encontrar que, en las iniciativas de turismo en espacios rurales, la gestión no es necesariamente participativa en el nivel territorial, más bien son pequeñas experiencias comunitarias que no logran trascender de manera amplia los territorios y se concentran preferentemente en la supervivencia de quienes hacen parte de la experiencia local.

Finalmente, se reconoce que el capital social puede mejorar tanto la manera en que se desarrolla el turismo (Dai *et al.*, 2021) como la distribución de los beneficios, porque desempeña un papel esencial en las etapas iniciales del turismo en espacios rurales. Particularmente, por la posibilidad de crear redes de cooperación, aprendizaje e intercambio, que serán la clave para definir una oferta turística alternativa, consiente, equitativa y sobre todo relacionada con las diversas actividades que ocurren en los espacios rurales. Algunas de ellas suelen estar enfocadas en los modos de vivir y en las prácticas productivas y culturales de la ruralidad. En estos casos, los procesos de intercambio y aprendizaje entre turistas y comuni-

dad local pueden generar relaciones diferentes a las netamente comerciales que tiene la industria del turismo.

Pero también puede ocurrir que el capital social sea erosionado cuando la participación en la planeación y gestión del turismo por parte de las comunidades locales es limitada. En algunas ocasiones estas limitaciones están relacionadas con la capacidad de agencia de los activos de las comunidades, y en el caso de los pobladores rurales, el capital social puede ser un factor que incide en su participación (Yi *et al.*, 2022), porque el conocimiento y las capacidades de las comunidades rurales han estado dirigidas a actividades relacionadas con la producción agropecuaria, la artesanía, la construcción, el cuidado de las plantas, la cría de animales, el cuidado del hogar, la carpintería, entre muchos otros, pero no necesariamente a la atención y gestión de turistas.

Adicionalmente, el turismo en espacios rurales suele tener una oferta diversificada que depende de la infraestructura disponible y de los atractivos del territorio. Actualmente, esta diversificación ha llevado a niveles muy altos de competitividad y a un ecosistema turístico innovador, de alta inversión y necesidad de promoción. Lo anterior hace necesario fortalecer el capital social en las comunidades rurales, como mecanismo para resistir o adaptarse a las dinámicas de cambio que genera el turismo (Sunkar *et al.*, 2016).

Además, la realidad de la ruralidad –especialmente en los países latinoamericanos– se caracteriza por una serie de obstáculos para el impulso de una economía basada en el turismo, por ejemplo: la falta de jóvenes, la disminución y el envejecimiento de la población (Galvão & Devy-Vareta, 2010; Jean *et al.*, 2013; Silva, 2007), la escala de producción, la pérdida de viabilidad económica, los bajos niveles de educación, la deficiente infraestructura de servicios públicos, entre otros. Estos factores reducen las oportunidades para que las comunidades locales encuentren un espacio en el turismo (Cavaco, 2004; Jean *et al.*, 2013; Silva, 2007). Además, la debilidad empresarial y la estructura institucional, el bajo atractivo para inversionistas y la deficiente infraestructura (Pato *et al.*, 2014; Silva, 2007) son condiciones que no favorecen del todo el desarrollo del turismo.

Por lo anterior, si bien el capital social puede generar un turismo alternativo e innovador, también es necesario considerar que las economías rurales, familiares y campesinas, no pueden estar basadas en una única actividad económica, sino considerar una economía diversa, con actividades que sumen a la canasta de los hogares y permitan que las comunidades rurales tengan autonomía en la decisión y gestión de sus recursos.

## CONCLUSIONES

La creación de redes, grupos, esquemas de cooperación y colaboración entre comunidades es de gran importancia para el fortalecimiento de las capacidades locales en la gestión del turismo, porque un capital social robusto facilita la participación y el compromiso de los actores vinculados a una actividad económica (Andrade Bock & Macke, 2014). Las redes, además, permiten comprender las reglas del juego de la coordinación y cooperación entre actores y grupos de interés relacionados con el desarrollo de la actividad turística (Cortés-Leal & Aranda-Camacho, 2017; Cànoves *et al.*, 2006), y posibilitan aprovechar proximidades tanto organizativas como geográficas (Torre & Rallet, 2005), con el fin de estructurar un determinado capital social que genere el desarrollo de acciones colectivas y ponga en valor los recursos que soportarán el desarrollo de las actividades de turismo rural (Brunori & Rossi, 2000).

El turismo genera transformaciones en el capital social de una comunidad y, a su vez, estas transformaciones dependen de qué tan fortalecido o erosionado esté el capital social. Cuando el capital social es fuerte en una comunidad, posiblemente dé lugar a lazos entre las personas u organizaciones que conlleven acciones colectivas colaborativas por objetivos en común, partiendo de

la existencia de relaciones basadas en la confianza, la reciprocidad y la cooperación. Cuando el capital social es débil, hay una especie de fractura en la manera como se relacionan los actores para tomar decisiones, lo que conduce bien sea a la producción de obstáculos y limitaciones para el desarrollo adecuado del turismo, o a la sobreexplotación y el agotamiento de los recursos, a cambios en los factores identitarios de una comunidad, tal como el lenguaje, la gastronomía, las formas de vestir, entre otros.

El turismo con una gestión efectiva lleva al desarrollo económico de un territorio, aunque también se necesita la unión de una serie de voluntades para que esto sea posible. Se hace énfasis en la voluntad política e institucional para vincular a todos los actores que deberían conformar el ecosistema turístico de un territorio, para que de manera conjunta se decida, construya, participe, coopere y se gestione el turismo de forma que beneficie a todos y al medio ambiente. Es importante, además, que desde la institucionalidad y la academia se produzca investigación sobre la dupla *capital social* y *turismo*, que aún es incipiente, pero muy importante para identificar impactos y generar estrategias que conduzcan a potencializar el capital social o, al menos, a evitar su erosión. A su vez, será necesario profundizar en la pareja *gobernanza* y *turismo*, intentado dar elementos para

aumentar la participación y gestión desde las comunidades.

## AGRADECIMIENTOS

Artículo escrito en el marco del proyecto “Turismo y capital social en comunidades rurales. Análisis de las transformaciones en el caso del municipio de Villa de Leyva”, SGI 3259, financiado por la Dirección de Investigaciones de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (Tunja, Boyacá, Colombia).

## FINANCIAMIENTO

Este proyecto fue financiado por la Dirección de Investigaciones de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (Tunja, Boyacá, Colombia).

## DECLARACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERESES

Los autores declaran no tener conflicto de intereses.

## CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

Yesika Alejandra Ayala Suárez se encargó de la revisión de literatura, la estructuración del documento, el desarrollo metodológico, y la redacción del artículo. Zulma Hasbleidy Vianchá Sánchez revisó literatura, e hizo aportes y ajustes en el proceso de escritura. José Luis Cruz Vásquez revisó literatura e hizo ajustes en el proceso de escritura.

## REFERENCIAS

- [1] Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2002). Social Capital: Prospects for a New Concept. *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40. <https://doi.org/10.5465/AMR.2002.5922314>
- [2] Álvarez-Sousa, A. (2005). La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras: aspectos teórico-metodológicos. *Política y Sociedad (Madrid)*, 42(1), 57-84. <https://doi.org/10.5209/POSO.24144>
- [3] Andrade Bock, I. A. de, & Macke, J. (2014). The Social Capital and the Development of Collaborative Networks in the Tourism Sector: A Case Study on The Grupo Gestor do Turismo Rural do Rio Grande do Sul (Rural Tourism Steering Group) -RS, Brazil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(1), 23-41.
- [4] Arsuaga, G. R. B. & Jiménez, M. E. S. (2014). Turismo justo: estrategia para combatir la pobreza en Hueyapan. *El Periplo Sustentable*, (26), 7-46.
- [5] Beeton, S. (2006). *Community Development Through Tourism*. Landlinks Press.
- [6] Berlanga, M. J. (2015). Turismo local, desigualdad social y relaciones étnicas en el Alto Atlas Marroquí. *Revista Andaluza de Antropología*, (8), 90-112. <https://doi.org/10.12795/raa.2015.i08.05>
- [7] Bourdieu, P. (1985). The Social Space and the Genesis of Groups. *Theory and Society*, 14(6), 723-744. <https://doi.org/10.1007/BF00174048>
- [8] Bowles, S., & Gintis, H. (2002). Social Capital and Community Governance. *The Economic Journal*, 112(483), 419-436.
- [9] Brunori, G., & Rossi, A. (2000). Synergy and Coherence through Collective Action: Some Insights from Wine Routes in Tuscany. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 409-423. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00157>
- [10] Cabrini, L. (2002). *Turismo, desarrollo rural y sostenibilidad*. En VII Congreso AECIT, Jaén, España, 21-23 octubre de 2002. [https://www.academia.edu/9395608/Turismo\\_desarrollo\\_rural\\_y\\_sostenibilidad](https://www.academia.edu/9395608/Turismo_desarrollo_rural_y_sostenibilidad)
- [11] Cacciutto, M. (2010). La aplicación de la teoría del capital social a los estudios turísticos. *Revista FACES*, 16(34-35), 111-127.
- [12] Camarinha-Matos, L. M., & Afsarmanesh, H. (2007). A Comprehensive Modeling Framework for Collaborative Networked Organizations. *Journal*

- of Intelligent Manufacturing*, 18(5), 529-542. <https://doi.org/10.1007/S10845-007-0063-3/METRICS>
- [13] Cànoves, G., Villarino, M., & Herrera, L. (2006). Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 41, 199-217. <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/1997>
- [14] Cavaco, C. (2004). Desafios do desenvolvimento rural. Notas de leitura. *Finisterra*, 39(78), 99-112. <https://revistas.rcaap.pt/finisterra/article/view/1510/1203>
- [15] Centre for Evidence-Based Conservation. (2010). Guidelines for Systematic Review and Evidence Synthesis in Environmental Management. *Environmental Evidence*, Version 4.0. Web
- [16] Cortés-Leal, J. A. & Aranda-Camacho, Y. (2017). Dinámicas relacionales para la gestión activa de la actividad turística en el corregimiento de Palomino, Dibulla, Colombia. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 14(79). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr14-79.drga>
- [17] Costa, T., & Ribeiro Galina, S. V. (2016). A relação virtuosa entre empreendedorismo e capital social: um estudo em empreendimentos de turismo em espaço rural em Portugal e no Brasil. *Tourism & Management Studies*, 12(2), 57-69. <https://doi.org/10.18089/tms.2016.12207>
- [18] Crozier, M. & Friedberg, E. (1990). *El actor y el sistema: las restricciones de la acción colectiva*. Alianza.
- [19] Dai, M., Ventilador, D., Wang, R Wang, R., Ou, YH Ou, Y., & Ma, XL Ma, X. (2021). Residents' Social Capital in Rural Tourism Development: Guanxi in Housing Demolition. *Revista de Journal of Destination Marketing & Management*, 22. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100663>
- [20] Dangi, T. B., & Jamal, T. (2016). An Integrated Approach to “Sustainable Community-Based Tourism.” *Sustainability*, 8(5), 475. <https://doi.org/10.3390/SU8050475>
- [21] Durston, J. (2002). *El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural: diádas, equipos, puentes y escaleras*. Naciones Unidas.
- [22] Eshliki, S. A., & Kaboudi, M. (2012). Community Perception of Tourism Impacts and Their Participation in Tourism Planning: A Case Study of Ramsar, Iran.

- Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 36, 333-341. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.037>
- [23] Festinger, L., Schachter, S., & Back, K. (1950). *Social Pressures in Informal Groups; A Study of Human Factors in Housing*. Harper. <https://psycnet.apa.org/record/1951-02994-000>
- [24] Forrest, R., & Kearns, A. (2016). Social Cohesion, Social Capital and the Neighborhood. *Urban Studies*, 38(12), 2125–2143. <https://doi.org/10.1080/00420980120087081>
- [25] Franulic, F. (2001). *Documento de discusión interna sobre capital social. Distinciones conceptuales básicas*. CEPAL, Mimeo.
- [26] Galvão, M. J., & Devy-Vareta. (2010). A multifuncionalidade das paisagens rurais: Uma ferramenta para o desenvolvimento. *Cadernos: Curso de Doutorado em Geografia*, 61-86.
- [27] García, P. M., de la Cruz, D. A. Á., García, C. G. G., Contreras, J. V. H. & Guevara, V. M. L. (2022). El capital social para el turismo rural en Mata Clara y El Mirador, comunidades afrodescendientes de Veracruz. *El Periplo Sustentable*, (42), 279-310. <http://orcid.org/0000-0002-2638-9849>
- [28] Hikido, A. (2017). Entrepreneurship in South African Township Tourism: The Impact of Interracial Social Capital. *Ethnic and Racial Studies*, 41(14), 2580-2598. <https://doi.org/10.1080/01419870.2017.1392026>
- [29] Hwang, D., & Stewart, W. P. (2017). Social Capital and Collective Action in Rural Tourism. *Journal of Travel Research*, 56(1), 81-93. <https://doi.org/10.1177/0047287515625128>
- [30] Jean, T., Luigi, N., & Emeric, A. (2013). *Assessing the Risk of Farmland Abandonment in the EU*. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2788/81337>
- [31] Jenson, J. (1998). *Mapping Social Cohesion: The State of Canadian Research*. Renouf Publishing. [http://www.cccg.umontreal.ca/pdf/CPRN/CPRN\\_F03.pdf](http://www.cccg.umontreal.ca/pdf/CPRN/CPRN_F03.pdf)
- [32] Kieffer, M. (2018). Turismo Rural Comunitario y organización colectiva: un enfoque comparativo en México. *Revista Pasos*, 16(2), 429-441. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.030>

- [33] Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural Tourism: The Evolution of Practice and Research Approaches – Towards a New Generation Concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1133-1156. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997>
- [34] Leonardi, V. S. & García Casal, I. (2018). Capital social y políticas públicas para la promoción del turismo rural: el análisis de una experiencia asociativa (Argentina). *Gran Tour*, (17), 35-54.
- [35] Mauss, M. (1990). *The Gift: The Form and Reason for Exchange in Archaic Societies*. Routledge.
- [36] Mcareavey, R., & Mcdonagh, J. (2011). Sustainable Rural Tourism: Lessons for Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 51(2), 175-194. <https://doi.org/10.1111/J.1467-9523.2010.00529.X>
- [37] McFadyen, M. A., & Cannella, A. A. (2004). Social Capital and Knowledge Creation: Diminishing Returns of the Number and Strength of Exchange Relationships. *Academy of Management Journal*, 47(5), 735-746. <https://doi.org/10.5465/20159615>
- [38] Mérida, G., Sánchez, M., Cardona, D., & Soliz, V. (2013). *Turismo Biocultural. Tupiza: un modelo de gestión comunitario para el Vivir Bien*. Programa Nacional Biocultura.
- [39] Moody, J., & White, D. R. (2003). Structural Cohesion and Embeddedness: A Hierarchical Concept of Social Groups. *American Sociological Review*, 68(1), 103-127. <https://www.jstor.org/stable/3088904>
- [40] Morais, D. B., Seekamp, E., Smith, J. W., & Nils Peterson, M. (2018). Bonding and Bridging Forms of Social Capital in Wildlife Tourism Microentrepreneurship: An Application of Social Network Analysis. *Sustainability*, 10(315). <https://doi.org/10.3390/su10020315>
- [41] Moscardo, G. (2008). Community Capacity Building: An Emerging Challenge for Tourism Development. In G. Moscardo (ed.), *Building Community Capacity for Tourism Development* (pp. 1-15). CABI.
- [42] Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage Author. *Source: The Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.

- [43] Nardone, G., Sisto, R., & Lopolito, A. (2010). Social Capital in the LEADER Initiative: A Methodological Approach. *Journal of Rural Studies*, 26(1), 63-72. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2009.09.001>
- [44] Ostrom, E., Burger, J., Field, C. B., Norgaard, R. B., & Policansky, D. (1999). Revisiting the Commons: Local Lessons, Global Challenges. *Science*, 284(5412), 278-282. <https://doi.org/10.1126/SCIENCE.284.5412.278>
- [45] Padilha, A. C., Dalla Corte A., & De Souza, M. (2019). Diversificação de Sustento Rural a partir da Exploração do Turismo Rural: o caso da Rota das Salamarias, Marau, Rio Grande do Sul. *Turismo e Sociedade*, 12(2), 84-109. <https://doi.org/10.5380/TES.V12I2.68230>
- [46] Park, D. B., Lee, K. W., Choi, H. S., & Yoon, Y. (2012). Factors Influencing Social Capital in Rural Tourism Communities in South Korea. *Tourism Management*, 33(6), 1511-1520. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.02.005>
- [47] Patluang, K. (2019). 'Hidden' Innovation Development Through Inherent and Support Social Capitals: An Experimentation in Rural Tourism. *Inovation and Development*, 10(3), 303-321. <https://doi.org/10.1080/2157930X.2019.1598645>
- [48] Pato, L., Breda, Z., Cunha, C. & Kastenholtz, E. (2014). Experiência turística rural vivida e cocriada pelos agentes da oferta e de planeamento. In E. Kastenholtz, C. Eusébio, E., Figueiredo, M.J. Carneiro & J. Lima (Eds.), *Reinventar o turismo Rural em Portugal cocriação de Experiências Turísticas Sustentáveis* (pp. 107-124). Universidade de Aveiro.
- [49] Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, 28(3), 507-513.
- [50] Pericás, J. (2005). El uso de la teoría de redes sociales en la representación y análisis de textos: de las redes semánticas al análisis de redes textuales. *Empiria: Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 10(10), 129-150.
- [51] Rocca, L. H. D., & Zielinski, S. (2022). Community-based Tourism, Social Capital, and Governance of Post-conflict Rural Tourism Destinations: The Case of Minca, Sierra Nevada de Santa Marta, Colombia. *Tourism Management Perspectives*, 43. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100985>
- [52] Ryan, C. (2003). *Recreational Tourism: Demand and Impacts*. Channel View Publications.

- [53] Segrado Pavón, R., Serrano Barquín, R., Juan Pérez, J. I., Amador Soriano, K., & Arroyo Arcos, L. (2013). Capital social y turismo en destinos rurales de Quintana Roo, México. *Gestión Turística*, (20), 71-89.
- [54] Shakya, M. (2015). Tourism and Social Capital: Case Studies from Rural Nepal. In *Reframing Sustainable Tourism* (pp. 217-239). Springer Nature. [https://doi.org/10.1007/978-94-017-7209-9\\_13](https://doi.org/10.1007/978-94-017-7209-9_13)
- [55] Silva, R. (2007). Municipios e desenvolvimento local em regiões de baixa densidade. En *Atas do III Congresso de Estudos Rurais-Agricultura Multifuncional, Desenvolvimento Rural e Políticas Públicas* (pp. 20-21).
- [56] Sunkar, A., Meilani, R., Rahayuningsih, T., & Muntasib, EK. S. H. (2016). Social Capital: A Basis for Community Participation in Fostering Environmental Education and the Heritage Tourism Development of Cibalay Megalithic Site. *E-Journal of Tourism*, 3(2), 120-129. <https://doi.org/10.24922/EOT.V3I2.25256>
- [57] Torre, A., & Rallet, A. (2005). Proximity and Localization. *Regional Studies*, 39(1), 47-59. <https://doi.org/10.1080/0034340052000320842>
- [58] Viancha Sánchez, Z. H. (2021). Configuración de destinos turísticos y uso del suelo. Revisión de impulsores e implicaciones. *Investigaciones Turísticas*, (21), 46-66. <https://doi.org/10.14198/inturi2021.21.3>
- [59] Wellings, P. (2007). Joint Management: Aboriginal Involvement in Tourism in the Kakadu World Heritage Area. In *Tourism in Protected Areas: Benefits beyond Boundaries* (pp. 89-100). CABI Digital Library. <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/abs/10.1079/9780851990224.0089>
- [60] Woolcock, M. & Bank, W. (2000). *Capital social: Implicaciones para la teoría, la investigación y las políticas sobre desarrollo*. Researchgate. <https://www.researchgate.net/publication/267403674>
- [61] Woolley, F. (2003). Social Cohesion and Voluntary Activity: Making Connections. *The Economic Implications of Social Cohesion*, 16(150). <https://www.degruyter.com/document/doi/10.3138/9781442681149/pdf#page=156>
- [62] World Tourism Organization. (2020). *UNWTO Recommendations on Tourism and Rural Development – A Guide to Making Tourism an Effective Tool for Rural Development*. UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284422173>

- [63] Yi, X., Xixi, T., & Lu, P. (2022). Difference of Farmers' Livelihood Capital before and after Rural Tourism Development. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/4138220>
- [64] Ying, T., & Zhou, Y. (2007). Community, Governments and External Capitals in China's Rural Cultural Tourism: A Comparative Study of Two Adjacent Villages. *Tourism Management*, 28(1), 96-107. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2005.12.025>
- [65] Zhou, L., Wall, G., Zhang, D., & Cheng, X. (2021). Tourism and the (re)making of Rural Places: The Cases of Two Chinese Villages. *Tourism Management Perspectives*, 40. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2021.100910>

**Anexo 1.** Tabla de coocurrencias según análisis de relaciones semánticas

	<b>Impactos (-) en el CS</b>	<b>Impactos (+) en el CS</b>	<b>Total</b>
Acción colectiva	0	4	4
Asociatividad	0	4	4
Cohesión social	1	6	7
Colaboración	0	2	2
Confianza	2	3	5
Conflictos sociales	2	0	2
Cooperación	0	3	3
Empoderamiento	0	2	2
Gestión efectiva	0	1	1
Gobernanza	1	0	1
Institucionalidad	4	0	4
Medios de vida	2	1	3
Participación	1	2	3
Reciprocidad	0	1	1
Redes	1	8	9
Relación de Vinculación	1	1	2
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>43</b>	<b>62</b>

**Anexo 2**

**Tabla 2. Elementos para la clasificación de artículos**

BITÁCORA REVISIÓN TURISMO Y CAPITAL SOCIAL EN COMUNIDADES RURALES

Título	Autor	Año	Tema	Tipo de turismo	Etapa desarrollo investigación	País	Estado	Área	Elementos de CS estudiadas	Metodología	Impactos positivos capital social	Impactos negativos capital social	Hallazgos significativos	Propuestas
				Se identifica el tipo de turismo que se desarrolla	Se registra la etapa de desarrollo de la investigación (incipiente o madura)				Se registró país, estado y área (rural o urbana)/donde se desarrolla la investigación	Se identifican las variables de capital social estudiadas en la investigación	Revisión de impactos y/o transformaciones positivas de elementos estudiados de CS en la investigación	Revisión de impactos y/o transformaciones negativas de elementos estudiados de CS en la investigación.	Principales elementos por destacar de la investigación	Elementos propuestos por los autores a partir de los resultados de investigación

**Fuente:** elaboración propia