

EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LOS HOGARES SINALOENSES SOBRE EL IMPACTO DEL TURISMO EN EL CAPITAL SOCIAL COMUNITARIO

PERCEPTION ASSESSMENT OF THE TOURISM IMPACT ON COMMUNITY SOCIAL CAPITAL IN HOUSEHOLDS IN SINALOA.

José Luis Hernández Juárezⁱ; Baltazar Pérez Cervantesⁱⁱ y Marine Rosario
Urías Garcíaⁱⁱⁱ

RESUMEN: Esta investigación se realizó con el objetivo de evaluar la percepción sobre el impacto del turismo en el capital social comunitario de los actores relacionados con él. Se diseñó una encuesta para evaluar cuáles son las condiciones de los factores que inciden en la disponibilidad del capital social comunitario, y se aplicó a mujeres y hombres de la población con un rango de edad de 18 a 70 años, que residían en hogares sinaloenses. Los resultados permiten concluir de manera general que los sinaloenses que habitan en localidades rurales y semi-urbanas del estado tienen redes familiares, de amistad y vecinales más fuertes, basadas en relaciones de conocimiento, confianza y reciprocidad más intensas. De ahí que el turismo es una fuente de capital social, que se apoya en las redes de relaciones sociales basadas en actitudes de confianza, reciprocidad y cooperación, que permiten alcanzar objetivos de desarrollo local. Por tanto, en estos casos se recomienda la pertinencia de insertar elementos relacionados con el capital social en políticas públicas para promover el desarrollo de localidades marginadas; que a su vez se complementen con una adecuada valoración de los elementos claves para apoyar el desarrollo del capital social comunitario en el territorio bajo parámetros aceptables de sustentabilidad: social, económica y ambiental.

PALABRAS CLAVE: Economía aplicada, capital social comunitario, turismo sustentable, procesos de desarrollo local.

ABSTRACT: This research was performed in order to assess the involved actors' perception on tourism impact on community social capital. A survey was designed to gauge conditions and factors that impinge on community social capital availability, it was conducted on men and women in an age range of 18-70, who resided in Sinaloa State. Obtained results allow to conclude in general that rural and semi-urban location inhabitants have stronger family, friend and neighborhood networks, based on more intense knowledge, trust and reciprocal relationships. Hence, tourism is a social capital source, supported on trust, reciprocity and cooperation based social relationship networks which grant to achieve local development objectives. Therefore, in such scenarios the relevance of inserting social capital related elements in public policies is recommended to promote marginalized areas advance; which in turn result in a synergy with a proper key

element assessment to support the development of community social capital on the region under acceptable sustainability parameters: social, economic and environmental.

KEY WORDS: Applied economics, community social capital, sustainable tourism, local development processes.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad existe una amplia variedad de visiones en torno al tema del binomio turismo-capital social; algunas proponen cómo abordar el desarrollo turístico desde las relaciones entre actores; otras identifican los factores que influyen en el capital social de las comunidades receptoras o exploran en qué medida el turismo lo fortalece (Barbini, 2010; Park, et al. 2012; Mura y Tavakoli, 2014).

En razón a ello, el turismo y el desarrollo local convergen en actividades vinculadas con un uso eficiente de los recursos, considerando la participación de los actores locales la pieza fundamental del proceso. Por tanto, hay necesidad de adecuar el territorio a las necesidades humanas, dado que nuestra sociedad se encuentra enfrentada al reto de construir nuevos espacios de desarrollo.

Así, el desarrollo integral de una localidad exige acciones para incrementar el nivel de capacidades de los actores sociales vinculados con los servicios que brinda la comunidad receptora (Palafox, 2005), por tanto el éxito que se logre alcanzar en el desarrollo turístico local estará siempre vinculado con la capacitación y la profesionalización de sus recursos humanos.

El propósito de esta investigación es evaluar la percepción sobre el impacto del turismo en el capital social comunitario de los actores relacionados con él. Ello, con el fin de conocer las condiciones de los factores que inciden en la disponibilidad del capital social comunitario así como los elementos claves para apoyar su desarrollo en el territorio bajo parámetros aceptables de sustentabilidad: social, económica y ambiental.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Hoy en día es común para los estudiosos establecer una relación entre el desarrollo local y el turismo en áreas rurales, pues estos territorios han sido escenarios de fuertes problemas sociales y económicos (Andrés,

2000; Plaza, 2002). En estricto sentido, el turismo y el desarrollo local convergen en actividades vinculadas con un uso eficiente de los recursos, considerando la participación de los actores locales la pieza fundamental del proceso.

Por una parte, el desarrollo local se muestra como una alternativa viable para aquellas comunidades que cuentan con recursos culturales y naturales, que promuevan un turismo responsable cuyos resultados las impacten y beneficien directamente (Dagostino, Romo, Sanchez, y Gamboa, 2010).

Por otra parte, el turismo es una actividad que ha permitido el desarrollo económico de territorios en los que se han potencializado los recursos naturales y culturales de las comunidades, permitiendo que los beneficios económicos generados se queden en las propias localidades. Sin embargo, el turismo no es la panacea para la solución de todos los problemas económicos de las áreas desfavorecidas, pero es un elemento importante del desarrollo (Bringas, 1997; Calderón, 2008).

De acuerdo con estas ideas, las estrategias de desarrollo local impulsan y fortalecen las identidades locales en sus ámbitos social, económico, geográfico y político. Generalmente se asocia que no habrá desarrollo de índole local o comunitario, si no se generan previamente las condiciones mínimas de desarrollo social y, más aún, no habrá desarrollo sostenible sin la construcción de capital social que mantenga y le dé sentido a los demás procesos, que confluyen para alcanzar tal desarrollo (Burbano, 2005).

En el mismo sentido, como bien dice Bojórquez et al. (2015) debe entenderse que cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural, cuyos factores determinantes son la generación y difusión de las innovaciones y conocimientos, la organización del sistema productivo local, el desarrollo urbano del territorio y la densidad del tejido institucional.

En consecuencia, como lo advierten Hernández et al. (2016), es la capacidad para liderar el propio proceso de desarrollo, unida a la movilización de los recursos disponibles, lo que conduce al desarrollo territorial. Para ello hay necesidad de adecuar el territorio a las necesidades humanas, dado que nuestra sociedad se encuentra enfrentada al reto de construir nuevos espacios de desarrollo. Hay, por tanto, que

propiciar el uso racional de los recursos como la mejor garantía de desarrollo sostenible.

Wall y Mathieson (2006) ven al turismo como un fenómeno multifacético que implica el movimiento de viajeros hacia destinos externos a su lugar de residencia habitual, y su permanencia en ellos. En este contexto, como afirma Witt (1991), cuanto mayor sea la diferencia entre la comunidad local y los turistas, mayor será el efecto de la actividad turística en la población local. Es claro, entonces, que un destino turístico con recursos actuales y potenciales tiene mayores ventajas y mejores posibilidades para potenciar la región, y por ende hacerla más competitiva (Vera et al., 1997; Salvat et al., 1998).

Sin embargo, desde el punto de vista de Monterrubio et al. (2011), si se pretende lograr un desarrollo turístico sustentable a mediano y largo plazo, las percepciones de los residentes locales de los destinos turísticos deben ser consideradas en la toma de decisiones, tanto para efectos de planeación como de control y gestión integral del turismo. En cualquier caso, bajo el supuesto de que aquellas comunidades que cuenten con estos componentes, estarán mejor posicionadas para encarar proyectos turísticos que surjan de su propia iniciativa, permitiendo una mayor participación en la organización, gestión y distribución de los beneficios generados (Cacciutto, 2010).

Por consiguiente, son los actores sociales, de acuerdo con Martínez (2012), quienes construyen un territorio, estos necesitan cooperar para implementar proyectos colectivos y apropiarse de los recursos naturales, culturales o sociales existentes en el espacio. A ello debe agregarse que la existencia de capital social a escala local implicará compartir la información, disminuyendo la inseguridad de los actores; coordinando actividades, creando redes sociales que ayuden a cambiar objetivos, buscando beneficios para el grupo más que para el individuo, y tomando decisiones dentro de un marco formal/informal, lo que facilita la imposición efectiva de acuerdos compartidos (Barbini, 2010).

Por su parte, Cuevas, Núñez y Rubí (2016) se refieren al capital social como el medio para orientar a los miembros de una comunidad hacia objetivos que generen beneficios sociales, económicos y ambientales. Entonces el capital social es un activo social que puede hacer más productivos los otros capitales, puede robustecer y mejorar el papel y el funcionamiento de las instituciones sociales y, como resultante puede

impactar positivamente la calidad de vida y el acelerar el desarrollo económico (Villalba, 2006).

En lo que respecta al capital social comunitario, Cevallos y Mendoza (2019) afirman que este permite a las comunidades que a través de la cooperación y cogestión dan como resultado el planteamiento de estrategias individuales que se decide después de ser consensuadas en reuniones con la participación de todos sus miembros; derivadas del interior del grupo familiar, extendiéndose entre familias y su entorno, que involucran a toda la comunidad y su organización, guiados siempre en cumplir con los objetivos comunes.

A ello debe agregarse que la visión comunitaria del capital social, para Mack (2003), es un atributo de organizaciones, asociaciones, clubes y demás grupos cívicos que actúan a nivel local. Mientras que Raczynski y Serrano (2005) señalan que este capital tiene un asiento territorial o funcional, su membresía depende de una vecindad estable o una comunidad de intereses definida por un objetivo común.

El punto de vista más amplio sobre este tipo de capital lo presenta Durston (2002), al identificar que las estructuras y reglas que establecen las organizaciones de cooperación son generadoras del capital social en las comunidades; sistemas integrados por estructuras normativas, de gestión y sanción. De hecho, por lo regular se puede decir que este tipo de capital, se logra cuando un grupo de personas ha desarrollado y fortalecido la acción colectiva para la comunidad, poniendo de lado los beneficios que tenga de forma individual (Arosteguy, 2007). En concordancia con estas ideas, se reconoce que para Bourdieu (2000), el capital social comunitario, representa a la totalidad de los recursos potenciales o actuales asociados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimientos y reconocimientos.

Es importante señalar que la mayoría de las experiencias norteamericanas son actos reflejos defensivos ante fracturas sociales apremiantes, respuestas a problemas urbanos o instancias de socialización alternativas a las prácticas sociales imperantes donde parece privar un individualismo posesivo (Moreno, 2002). Sin embargo, los hechos registrados en el mundo en desarrollo explican por qué contar con una gran solidaridad social o una cantidad importante de grupos sociales no es

condición suficiente para la prosperidad económica (Woolcock y Narayan; 2001).

Finalmente, en términos generales como lo señala Mendoza (2006), la evidencia teórica sobre capital social hace posible el inferir que su disponibilidad y uso promueve eficiencia económica, social e institucional. Cabe señalar que las acciones de las personas se encuentran enraizadas en sistemas de relaciones sociales, lo que permite explicar la existencia de varios tipos y grados de capital social en diferentes comunidades (Oseguera, 2007).

Por su parte, Jiménez y Prado (2009) nos dicen que el capital social conduce a la creación y el apoyo de instituciones formales y no formales, por lo que es muy probable que quienes participan en redes ricas en capital social actúen sobre la base de los intereses compartidos entre los miembros de la red, que en beneficio de personas extrañas a ésta. En consecuencia, en los lugares en que las comunidades y las redes se encuentran aisladas, en cierta forma, aquí el capital social, utilizando conceptos económicos, pasa de ser productivo para convertirse en capital social perverso, que finalmente limita el desarrollo (Alarcón y Bosch, 2003).

3. MATERIALES Y MÉTODO

La parte empírica del estudio se realizó en el Estado de Sinaloa, una de las 32 entidades federativas de la República Mexicana que cuenta con un gran potencial de recursos naturales y una amplia infraestructura turística. Sinaloa se encuentra situado al noroeste del país en el litoral del Golfo de California y cuenta con 656 km de litoral, lo que lo sitúa como el quinto destino turístico de playa más importante del país.

La información empírica que sirve de base para este análisis proviene de una investigación realizada por un equipo de trabajo que, a través de un cuestionario de diagnóstico del capital social comunitario a nivel local; cuya fecha de levantamiento fue del 5 al 15 de julio de 2022. La encuesta se aplicó a una muestra de 1255 personas, hombres y mujeres de 18 años cumplidos y más que residen permanentemente en viviendas particulares ubicadas dentro del territorio sinaloense. El nivel de confianza fue de 95 por ciento, bajo el supuesto de un muestreo aleatorio simple y

para una proporción de valor 0.25 el margen de error teórico es ± 3 a nivel estatal.

De la revisión de la literatura se desprende que el impacto del turismo en el capital social comunitario a nivel individual está asociado con variables socio-demográficas, tales como el género, la edad, la educación y el tipo de localidad en la que viven. Por tanto, para concretar la investigación de campo, se construyó un cuestionario aplicado por medio de una entrevista cara a cara. La versión definitiva del cuestionario aplicado a los ciudadanos sinaloenses quedó conformado por 56 preguntas, divididas en dos bloques:

- El primer bloque de preguntas está destinado a la obtención de datos de carácter general sobre el encuestado; y
- El segundo bloque está destinado a la obtención de datos que nos permitirán explorar entre otros aspectos la percepción del funcionamiento de binomio turismo-capital social en general, las preferencias respecto de la provisión de servicios turísticos, la utilización y valoración de servicios turísticos mediante diversos canales de prestación, etc.

La naturaleza de esta investigación es de nivel descriptivo, de corte transversal y de enfoque cuantitativo. La unidad de análisis de este estudio fue el hogar, ya que se considera que la toma de decisiones, frecuentemente son tomadas por la familia. Las variables seleccionadas para este estudio son:

- *Capital social comunitario*, busca reportar las condiciones de los factores que inciden en la disponibilidad del capital social comunitario a nivel local.
- *Turismo sustentable*, busca reportar los elementos claves para apoyar su desarrollo en el territorio bajo parámetros aceptables de sustentabilidad.
- *género*, busca evaluar el efecto que tiene sobre el turismo sustentable y la disponibilidad del capital social comunitario el que el jefe de hogar sea hombre o mujer.
- *edad*, busca evaluar el efecto que tiene sobre el turismo sustentable y la disponibilidad del capital social comunitario que el tomador de decisión se encuentre entre los rangos de edad: 16-25 años, 26-40 años, 41-64 años.

- *educación*, busca evaluar el efecto que tiene sobre el turismo sustentable y la disponibilidad del capital social comunitario que el tomador de decisión se encuentre entre los niveles de educación: baja escolaridad (grado menor a secundaria), media escolaridad (grado de secundaria y bachillerato), alta escolaridad (grado universitario o posgrado).
- *tipos de localidades*, busca evaluar el efecto que tiene sobre el turismo sustentable y la disponibilidad del capital social comunitario que el tomador de decisión habite en una localidad: rural (aquella localidad con menos de 2500 habitantes), semi-urbana (aquellas localidades con 2 500 a 14 999 habitantes), urbana (aquellas localidades con 15 000 a 99 999 habitantes), metropolitanas (aquellas localidades de más de 100,000 habitantes).

Los datos recabados fueron objeto, en un principio, de dos tipos de tabulaciones: en algunos casos sólo se efectuó una tabulación simple, que consistió en el conteo de una sola variable; en otros casos la tabulación fue cruzada contando dos o más variables de forma simultánea.

Posteriormente se aplicaron técnicas estadísticas de análisis de datos univariable según las medidas o relaciones que en cada caso se pretendían estudiar. Para el análisis de los datos se utilizó el programa de tratamiento de datos estadísticos SPSS versión 23 para Windows, que facilitó el tratamiento inferencial de los datos extraídos de la muestra seleccionada.

Para determinar la fiabilidad de las escalas de medida empleadas se utilizó el método basado en el estadístico de Alfa de Cronbach, para los datos en estudio se demostró una adecuada consistencia interna (ver tabla 1).

Es decir, los resultados presentados en la tabla 1, llevan a concluir que la escala de medida del binomio turismo-capital social considerado globalmente presenta una elevada fiabilidad en su consistencia interna, ya que alcanza un Alfa de Cronbach «bueno» (0.873) de acuerdo con el criterio general de George y Mallery (2003).

Mientras que con respecto a cada una de las dimensiones se observa que en dos de las siete dimensiones, los valores que alcanza el Alfa de Cronbach son «aceptables»; específicamente nos referimos a

Actividad Turística y Conservación Ambiental (0.759) así como Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico (0.709).

Tabla 1: Coeficientes de consistencia interna

	Coefficiente Alfa de Cronbach
Confiabilidad del Instrumento y escalas utilizadas	0.873
Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico	0.709
Actividad Turística y Conservación Ambiental	0.759
Información y Comunicación	0.809
Grupos y Redes	0.884
Confianza y Solidaridad	0.859
Participación y Cooperación	0.873
Cohesión social y acción colectiva	0.845

Fuente: Elaboración propia.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Perfil socio demográfico

El total de la muestra fue de 1255 ciudadanos entrevistados, quedando conformada por 666 (53.07%) mujeres de entre 18 y 85 años con una media de edad de 44 años y 589 (46.93%) hombres de entre 20 y 90 años con una media de edad de 54 años.

Se observó que de los encuestados; 375 llevan viviendo entre 1 a 10 años en la localidad, 180 entre 11 a 20 años, 244 entre 21 a 30 años, 228 entre 31 a 40 años, 163 entre 41 a 50 años y solo 65 personas llevan viviendo entre 51 a 60 años.

En cuanto al nivel educativo de los encuestados, 127 no tienen ningún nivel educativo, 344 han estudiado sólo la primaria, 378 estudiaron la secundaria, 238 son bachilleres y 168 son universitarios.

Al considerar el tipo de localidad en que se encuentra el hogar tenemos que 477 están en localidades metropolitanas, 377 en localidades rurales, 276 en localidades semi-urbanas y 125 en localidades urbanas.

4.2 Evidencia empírica sobre el impacto del turismo en el capital social comunitario

En términos generales, el turismo es una fuente de capital social, que se apoya en las redes de relaciones sociales basadas en actitudes de confianza, reciprocidad y cooperación, que permiten alcanzar objetivos de desarrollo local. Es decir, el turismo es una fuente de capital social, por su naturaleza relacional y llegada de visitantes a comunidades locales provenientes de diferentes lugares.

Por lo tanto, la naturaleza de la actividad turística genera relaciones sociales y capital social de manera genérica, de diferente intensidad dependiendo de las características y el tipo de turismo de que se trate. Es decir, las relaciones humanas generan capital social; se producen más relaciones entre la población local, se fomenta la confianza y la cohesión a nivel local.

Los ciudadanos conceden una gran importancia a la satisfacción con el lugar de residencia y se encuentra relacionado con la estabilidad residencial. La valoración que efectúan los ciudadanos puede considerarse razonable. La proporción de personas que poseen una imagen positiva del mismo supera en un 84% a las que por el contrario tienen una imagen negativa del nivel de satisfacción con el lugar de residencia.

El análisis de los resultados sobre la participación en organizaciones de la sociedad civil, mostró que solo el 18% de los ciudadanos han participado en alguna organización durante los últimos tres años. Es decir, 2 de cada 10 personas dijeron haber participado en organizaciones.

El análisis de estos factores desagregados por sexo, edad y localidad nos muestran peculiaridades que requieran destacarse, aunque en la percepción del riesgo se han destacado diferencias por género y edad en donde las mujeres expresan más miedo que los hombres.

Al explorar la confianza entre vecinos, el 37% dijo que confía en poca gente, el 30% señaló que en mucha, el 21% respondió que confía en la mayoría y el 13 restante no confía en nadie. Los resultados nos indican que hay mayor confianza que desconfianza entre los vecinos, esto es que, entre los que confían mucho y la mayoría constituyen el 51% del total.

Otro aspecto específico es el compromiso cívico de los ciudadanos. Al analizar los resultados, solo el 38% considera que está enterado de los asuntos de su localidad y un porcentaje muy bajo ha participado o realizado alguna acción para resolver los problemas de su entorno.

Con respecto a la disposición para la participación en organismos civiles y el establecimiento de redes que se vinculen con la esfera gubernamental, se percibe una clara desconfianza en el gobierno que se traduce en apatía y falta de iniciativa para resolver los problemas de su localidad (81%), lo que evidencia que un porcentaje importante (56%) sienta que sus opiniones no influyen en las decisiones del gobierno sobre los asuntos que afectan su localidad.

Finalmente, los sinaloenses que habitan en localidades rurales y semi-urbanas del estado tienen redes familiares, de amistad y vecinales más fuertes, basadas en relaciones de conocimiento, confianza y reciprocidad más intensas. Dicho lo anterior, se debe resaltar que las personas con mayor tiempo de residir en un sitio y que cuentan con vivienda propia conocen a sus co-residentes con mayor probabilidad. Sin embargo, hombres y mujeres, jóvenes y adultos, conocen a sus vecinos en una proporción relativamente homogénea. Asimismo las personas que habitan en vivienda propia son más inclinadas a confiar en sus vecinos que los ocupantes de viviendas prestadas o rentadas.

5. CONCLUSIONES

Los resultados permiten concluir de manera general que la percepción sobre el impacto del turismo en el capital social comunitario en los hogares sinaloenses depende del sexo, la edad, la educación, el tipo de localidad.

Dichos resultados revelan que los sinaloenses que habitan en localidades rurales y semi-urbanas del estado tienen redes familiares, de amistad y vecinales más fuertes, basadas en relaciones de conocimiento, confianza y reciprocidad más intensas.

Además, se observa que los hogares sinaloenses, independientemente de sus características socioeconómicas, evidencian que las personas con mayor tiempo de residir en un sitio y que cuentan

con vivienda propia conocen a sus co-residentes con mayor probabilidad. Asimismo las personas que habitan en vivienda propia son más inclinadas a confiar en sus vecinos que los ocupantes de viviendas prestadas o rentadas.

En este sentido, se destaca que el turismo es una fuente de capital social, que se apoya en las redes de relaciones sociales basadas en actitudes de confianza, reciprocidad y cooperación, que permiten alcanzar objetivos de desarrollo local.

Esta investigación ofrece evidencia sobre la pertinencia de insertar elementos relacionados con el capital social en políticas públicas para promover el desarrollo de localidades marginadas; que a su vez se complementa con una adecuada valoración de los elementos claves para apoyar el desarrollo del capital social comunitario en el territorio bajo parámetros aceptables de sustentabilidad: social, económica y ambiental.

Referencias

- Alarcón A. y Bosch J. (2003). *Capital Social en Chile: Avances sobre su formación y aplicación*. Chile: Corporación de Promoción Universitaria.
- Andrés Saraza J. L. (2000), “Aportaciones básicas del turismo al desarrollo rural”, *Cuadernos de Turismo*, España, Universidad de Murcia, núm. 6, julio-diciembre, pp. 45-59.
- Arosteguy A. I. (2007). *Construcción de capital social comunitario y empoderamiento ciudadano*. Última década, 15(26): 123-145.
- Barbini B. (2010). *Dimensión socio-cultural: Actividad Turística y Capital Social Local*. En J. C. Mantero, B. Barbini, G. Benseny, D. Castelluci, R. Dosso y C. Varisco, *Turismo y Territorio. Del diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico a propósito de la provincia de Buenos Aires* (págs. 185-226).
- Bojórquez Camacho O., Hernández Juárez J. L. y Pérez Cervantes B. (2015). *Estrategias de marketing municipal para la gestión del desarrollo local. Un estudio de caso*. México: UAS.
- Bourdieu P. (2000). *Poder, derecho y clases sociales*. España: Descleé de Browser.
- Bringas Rábago N. L. (1997), “Las dos caras del turismo: beneficios económicos contra costos socioculturales y ecológicos. El caso de México”, *FERMENTUM*, Venezuela, año 7, núm. 18, enero-abril, pp. 89-116.
- Burbano Bonilla L. (2005). *Los dilemas del capital social y la ciudadanía. Una mirada a la luz de las nuevas instancias de participación en Bogotá*. México: Universidad Iberoamericana.

- Cacciutto M. (2010). La aplicación de la teoría del capital social a los estudios turísticos. *Faces* (35): 111-127.
- Calderón Vázquez F. J. (2008), “Sostenibilidad y planificación: Ejes del desarrollo turísticos sostenible”, *DELOS Revista Desarrollo Local Sostenible*, España, Grupo Eumed, vol. 3, núm. 8, pp. 1-11.
- Cevallos M. y Mendoza J. (2019). Capital social comunitario: recurso promotor en los emprendimientos agroecológicos. *Estudios de la gestión. Revista Internacional de administración*. 97-120. ISSN: 2550-6641; e-ISSN: 2661-6531.
- Dagostino R. M., Romo E. A., Sanchez R. E. y Gamboa M. N. (2010). *Turismo Comunitario en México Distintas visiones ante problemas comunes*. Universidad de Guadalajara.
- Durston J. (2000). *¿Qué es el capital social comunitario?* CEPAL, División de desarrollo social. Santiago de Chile, Chile. ISBN: 92-1-321623-8.
- Durston J. (2002). *El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural Días, equipos, puentes y escaleras*. CEPAL, División de desarrollo social. Santiago de Chile, Chile. LC/G.2185-P. ISBN: 92-1-322050-2.
- Hernández Juárez J. L., Pérez Cervantes B., Reyes García S. I. y Urías García M. R. (2016). Evaluación de la Capacidad Territorial Turística Mediante Análisis por Conglomerados: El Caso de la Perla del Pacífico. *International Journal of Good Conscience*. 11(2): 1-27.
- Jiménez García K. y Prado Matamoros G. (2009). *Capital social y desarrollo comunitario: caso de las juntas de usuarios del valle del daule*. Ecuador: Escuela Superior Politécnica del Litoral-Facultad de Economía y Negocios.
- Mack Echeverría L. F. (2003). *Conflicto y participación en el espacio local guatemalteco: Una lectura institucional*. Tesis de Doctorado, México, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales/sede Académica México.
- Martínez L. (2012). “Apuntes para pensar el territorio desde una dimensión social”. *Ciências Sociais Unisinos* 48 (1): 12-18.
- Mendoza Botelho M. (coord.) (2006). *Descentralización, construcción ciudadana y capital social en Bolivia*. Bolivia: Programa de Investigación Estratégica en Bolivia.
- Monterrubio J., Mendoza M., Fernández M. y Gulleto G. (2011). “Turismo y cambios sociales. Estudio cualitativo sobre percepciones comunitarias en bahías de Huatulco, México”, *Cuadernos de turismo*, núm. 28, pp. 171-189.
- Moreno L. (2002). *Local y global: la dimensión política de la identidad territorial*. Documento de Trabajo. España: Instituto de Estudios Sociales Avanzados.
- Mura P. y Tavakoli R. (2014). *Tourism and social capital in Malaysia*. *Current Issues in Tourism*, 17(1), 28-45.
- Oseguera J. (2007). *El Capital Social desde la perspectiva sociológica*. México: Facultad de Economía, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

- Park D., Lee k., Choi H. y Yoon Y. (2012). Factors influencing social capital in rural tourism communities in South Korea. *Tourism Management*, 33, 1511-1520.
- Plaza O. (2002), "Perspectivas y enfoque de desarrollo rural. Visión desde América Latina", en Pérez Correa E. y Sumpsi J. M. (coord.), *Políticas, instrumentos y experiencias de desarrollo rural en América Latina y la Unión Europea*, Madrid, MAPA.
- Raczynski D. y Serrano C. (2005). «Seminario: capital social y programas de superación de la pobreza». Santiago: CEPAL.
- Villalba U. (2006). *Participación y desarrollo: ¿capital social y/o empoderamiento?* III Congreso de Educación para el Desarrollo. Bilbao: Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional.
- Wall G. y Mathieson A. (2006), *Tourism: changes, impacts and opportunities*, Pearson, Essex, UK.
- Witt S. (1991), "Tourism in Cyprus, balancing the benefits and cost", *Tourism Management*, vol. 12, no. 1, pp. 37-46.
- Woolcock M. y Narayan D. (2000). Capital social: Implicaciones para la teoría, la investigación y las políticas sobre el desarrollo. *World Bank Research Observer* 15 (2), 225-249.

ⁱ Dr. José Luis Hernández Juárez, es Profesor e Investigador de Tiempo Completo en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Autónoma de Sinaloa. E-mail: joselhj@uas.edu.mx. Teléfono: (6677) 161128.

ⁱⁱ Dr. Baltazar Pérez Cervantes, es Profesor e Investigador de Tiempo Completo en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Autónoma de Sinaloa. E-mail: baltazarpc@uas.edu.mx. Teléfono: (6677) 161128.

ⁱⁱⁱ Dra. Marine Rosario Urías García, es Profesora e Investigadora de Tiempo Completo en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Autónoma de Sinaloa. E-mail: marineurias@facesuas.edu.mx. Teléfono: (6677) 125038.