

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
DOCTORADO EN GESTIÓN DEL TURISMO



TESIS:

Capital social comunitario, competitividad y prosperidad social de los destinos turísticos sostenibles: estudio empírico en 10 comunidades rurales de México.

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:

Doctor en Gestión del Turismo

PRESENTA:

Jorge Luis Ramos García
Matrícula: 1550139

DIRECTOR DE TESIS:

Dra. Mónica Velarde Valdez

CO-DIRECTORES

Dra. María Aída Santillán Núñez

Dra. Elizabeth Olmos Martínez

COMITÉ DE EVALUACIÓN EXTERNO

Dr. Kennedy Obombo Magio

Dr. Delfino Vargas Chanes

Mazatlán, Sinaloa a 17 de julio del 2019

“Si hemos de evitar el enredarnos en cuestiones no lingüísticas, debemos distinguir los enunciados, no por la complejidad que pudieran tener, sino por lo que va implicado en su forma”

The Basic Writings of Bertrand Russell (1903-1959).

Agradecimientos

Doy gracias a Dios por brindarme la fuerza y paciencia necesaria para poder concluir mi tesis doctoral.

Doy gracias a Dios por brindarme la oportunidad de conocer a mis profesores del doctorado y en especial a mi asesora de tesis la Dra. Mónica Velarde, los cuales me ayudaron a crecer en este ámbito profesional.

Agradezco a la Universidad Autónoma de Occidente por esta oportunidad de estudio que me brindó.

Agradezco al CONACyT por el apoyo económico aportado desde el inicio de esta empresa.

Agradezco especialmente a todos los integrantes de la Red Indígena de Turismo de México (RITA), y a sus directivos, por permitirme acceder a una pequeña parte de su vida.

Agradezco al Programa en Estudios del Desarrollo de la UNAM y en especial al Dr. Delfino Vargas Chanes por su paciencia, tiempo y enseñanza.

Dedicatorias

Este trabajo está dedicado a mis hijos, Ian y Emiliano, siempre amados.

A mi Papá y Mamá por todo el apoyo que me han brindado y por enseñarme con su ejemplo a tener coraje y nunca rendirse ante las circunstancias adversas.

También, lo dedico a todas las personas de las comunidades turísticas rurales por brindarme su confianza y apoyo en todos los aspectos para poder concluir esta investigación.

Resumen

En el contexto de los destinos turísticos comunitarios de México existen pocas escalas de medición que hacen referencia al capital social comunitario, competitividad de los destinos y prosperidad social. En la presente investigación se desarrolló un marco teórico que abarca estos tres constructos teóricos, derivando un modelo conceptual sobre la asociación de dichos constructos.

El capital social comunitario hace referencia a la capacidad de grupos poblacionales que buscan un objetivo en común, el cual se traduce en la mejora de la calidad de vida y la diversificación de las actividades productivas dentro de la comunidad por medio de los componentes como confianza, normas comunitarias, redes sociales, y participación comunitaria (Atria, Siles, Arriagada, Robison, & Whiteford, 2003; Chaskin, Goerge, Skyles, & Guiltinan, 2006). La competitividad de los destinos turísticos se ha desarrollado para conocer los factores que aumentan o disminuyen la capacidad de atracción turística en los destinos. Dicho enfoque ha sido adaptado en diferentes contextos, que van desde el turismo de sol y playa hasta comunidades rurales (Cracolici, Rietveld, & Nijkamp, 2006; Kozak & Rimmington, 1999; Ritchie & Crouch, 2003b). Finalmente, prosperidad social de los destinos es un constructo considerado variable de respuesta tanto del capital social comunitario como de competitividad de los destinos. La prosperidad mide la percepción de calidad de vida, distribución de riqueza, bienestar social y últimamente la adopción de prácticas sostenibles en los destinos turísticos (Mintchev & Moore, 2017; Northrop, 2014).

La investigación se desarrolló bajo un método cuantitativo apoyado por la metodología Modelado de Ecuaciones Estructurales (SEM) para validar los instrumentos de medición desde las teorías competitividad de los destinos turísticos, capital social comunitario y prosperidad social en el contexto de comunidades turísticas rurales en México.

Para la validación de los instrumentos se siguieron tres etapas de análisis recomendadas en la literatura; primero se realizó el análisis factorial exploratorio (AFE), para conocer la dimensionalidad de los constructos propuestos en la literatura. El segundo paso fue el análisis factorial confirmatorio (AFC), que apoyó la construcción de las variables latentes por medio

de las variables observadas y con el cual se discriminó ítems. Finalmente, en el tercer paso, se elaboró un análisis factorial confirmatorio de segundo orden (AFC-2º orden), con el cual se confirma la asociación entre los tres constructos teóricos, derivando con ello en la validación de un instrumento de medición.

Los hallazgos muestran asociación entre los tres constructos teóricos, se señala la importancia que tiene la asociación del capital social comunitario, competitividad de los destinos turísticos y prosperidad social de los destinos para apoyar el desarrollo del turismo y que pueda derivar en el desarrollo de estrategias de gestión del capital social, humano y natural en su interrelación para obtener beneficios que sean percibidos por los residentes que viven y laboran en las comunidades rurales.

Abstract

In the context of community tourist destinations in Mexico, few measurement scales refer to community social capital, destination competitiveness and social prosperity. In this research a theoretical framework covering these three theoretical constructs associated, deriving a conceptual model of the association of these constructs.

Community social capital refers to the capacity of population groups that seek a common objective, which explains into the improvement of the quality of life and the diversification of productive activities within the community through components such as trust, community norms, social networks, and community participation (Atria, Siles, Arriagada, Robison, & Whiteford, 2003; Chaskin, Goerge, Skyles, & Gultinan, 2006). Tourism destinations competitiveness has been developed to know the factors that increase or decrease the tourist attraction capacity in the destinations. This approach has been adapted in different contexts, ranging from sun and beach tourism to rural communities (Cracolici, Rietveld, & Nijkamp, 2006; Kozak & Rimmington, 1999; Ritchie & Crouch, 2003b). Finally, social prosperity of the destinations is a construct considered variable of response of both the community social capital and the competitiveness of the destinations. Prosperity measures the perception of

quality of life, distribution of wealth, social welfare and lately the adoption of sustainable practices in tourist destinations related (Mintchev & Moore, 2017; Northrop, 2014).

The research was carried out under a quantitative method supported by the Structural Equation Modelling (SEM) methodology to validate measuring instruments from the theories of competitiveness of tourist destinations, community social capital and social prosperity in the context of rural tourist communities in Mexico.

For the validation of the instruments, three stages of analysis recommended in the literature were followed; First, the exploratory factor analysis (AFE) was performed, to know the dimensionality of the constructs proposed in the literature. The second step was the confirmatory factor analysis (AFC), which supported the construction of the latent variables employing the observed variables and with which items were discriminated. Finally, in the third step, a second order confirmatory factor analysis (AFC-2nd order) was prepared, with which the association between the three theoretical constructs is confirmed, resulting in the validation of a measuring instrument.

The findings show association between the three theoretical constructs, the importance of the association of community social capital, competitiveness of tourist destinations and social prosperity of destinations to support the development of tourism and that can lead to the development of strategies for management of social, human and natural capital in their interrelation to obtain benefits that are perceived by residents who live and work in rural communities.

Índice

Introducción	13
CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.1. Panorama General del Turismo.....	16
1.1.1. Turismo en México	19
1.1.2. Perspectiva académica del turismo	21
1.2. Descripción del problema	27
1.3. Preguntas de Investigación.....	35
1.4. Objetivos	35
1.4.1. Objetivo general	35
1.4.2. Objetivos particulares	35
1.5. Justificación.....	36
CAPÍTULO II. COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS	41
2.1. Construcción de la competitividad.....	41
2.2. Competitividad de los Destinos Turísticos (CDT).....	49
2.3. La competitividad de los destinos turísticos sostenibles (CDTS).....	57
2.4. Determinantes conceptuales de la competitividad de los destinos turísticos	66
2.4.1. Recursos de los destinos turísticos (RDT).....	68
2.4.2. Gestión de los destinos turísticos (GDTU).....	71
2.5. Dimensiones de la Competitividad de los Destinos Turísticos	75
CAPITULO III. PROSPERIDAD SOCIAL	79
3.1. Calidad de vida de los residentes (CAVI)	81
3.2. Distribución de la riqueza (DRIZ).....	82

3.3. Prácticas sostenibles (PSOS).....	82
CAPÍTULO IV. CAPITAL SOCIAL COMUNITARIO.....	84
4.1. Espacio Comunitario.....	84
4.2. Referentes Teóricos del Capital Social Comunitario (CSC).....	92
4.3. Dimensiones del Capital social	99
4.3.1. Confianza (CONF)	102
4.3.2. Normas sociales (NRMS).....	105
4.3.3. Redes comunitarias (RDES).....	106
4.3.4. Participación comunitaria (PCOM).....	109
CAPÍTULO V. HIPÓTESIS Y VARIABLES	111
5.1 Hipótesis de trabajo planteadas	111
5.2 El modelo conceptual	116
5.3. Variables	116
5.3.1. Operacionalización y conceptualización	117
CAPÍTULO VI. METODOLOGÍA.....	122
6.1. Enfoque de investigación	122
6.1.1. Alcance o propósito de la investigación.....	123
6.2. El diseño de investigación.....	123
6.2.1. Descripción de la población.....	124
6.2.2. El tamaño de la muestra	126
6.2.3. Descripción de las unidades del muestreo y comunidades.....	128
6.4. Método de Investigación.....	131
6.4.1. Instrumento de investigación	132

6.5. Modelo de ecuaciones estructurales (SEM).....	133
6.5.1. Definición de variable latente	135
6.5.2. Análisis Factorial Exploratorio (AFE).....	136
6.5.3. Análisis Factorial Confirmatorio (AFC).....	138
6.6. Modelo de medición de factores	140
6.7. Modelo Factorial Confirmatorio de Segundo Orden	145
6.8. Fiabilidad, Validez e Índices de Ajuste.....	145
CAPÍTULO VII. RESULTADOS	148
7.1. Estadísticas descriptivas de las variables	149
7.2. Resultados del Análisis Factorial Exploratorio.....	149
7.3. Resultados del Análisis Factorial Confirmatorio	151
7.3.1. AFC para el Capital Social Comunitario.....	152
7.3.2. Análisis factorial confirmatorio para Recursos de los Destinos Turísticos Sostenibles.....	153
7.3.3. Análisis factorial confirmatorio para Gestión de los Destinos Turísticos Sostenibles.....	154
7.3.4. Análisis factorial confirmatorio para Prosperidad Social.....	155
7.4. Modelo de Análisis Factorial Confirmatorio de Segundo Orden.....	156
CAPÍTULO VIII. DISCUSION Y CONCLUSIONES	159
8.1 Discusión.....	159
8.2 Conclusiones	164
8.2.1. Conclusiones teóricas	165
8.2.2. Conclusiones empíricas	167

8.3 Implicaciones	176
8.4. Limitaciones y recomendaciones del estudio.....	181
REFERENCIAS.....	183
ANEXOS	216
Anexo I.....	216
Anexo II	221
Anexo III	222
Anexo IV	231

Índice de Figuras

Figura 1. Llegadas de Turistas Internacionales 1995-2014	19
Figura 2. Generación de empleos turísticos del año 2006-2016.....	21
Figura 3. Modelo conceptual de investigación.	116
Figura 4. Modelo de análisis factorial exploratorio (AFE).....	138
Figura 5. Modelo de análisis factorial confirmatorio (AFC).....	139
Figura 6. Modelo de medición Capital Social Comunitario (CSC).....	141
Figura 7. Modelo de medición de Recursos de los Destinos Turísticos (RDT).	142
Figura 8. Modelo de medición de Gestión de los Destinos Turísticos (GDT).	143
Figura 10. Modelo Confirmatorio de Segundo Orden.	145
Figura 11. Diagrama de senderos del AFC para CSC	152
Figura 12. Diagrama de senderos del AFC para RDTS.....	153
Figura 13. Diagrama de senderos del AFC para GDTS.	154

Figura 15. Análisis Factorial Confirmatorio de Segundo Orden.	157
--	-----

Índice de tablas

Tabla 1 Teorías y metodologías para explicar la CDT	55
Tabla 2 Dimensiones de recursos de los destinos turísticos	70
Tabla 3 Recursos de los destinos.	71
Tabla 4 Dimensiones de gestión de los destinos.....	73
Tabla 5 Hipótesis secundarias.....	112
Tabla 6 Variables y dimensiones del estudio.....	116
Tabla 7 Estados con destinos turísticos comunitarios mexicanos	125
Tabla 8 Nombre de las comunidades de la muestra.....	128
Tabla 9 Características descriptivas de las comunidades de la muestra	129
Tabla 10 Estructura del instrumento de medición	132
Tabla 10 Cargas factoriales de segundo orden	156
Tabla 11 Elementos estructurales que guían la investigación	164

Introducción

El desarrollo de la actividad turística desde su consolidación posterior al Fordismo ha mantenido un crecimiento exponencial, al grado de considerarlo un nuevo sector productivo derivado de la gran derrama económica que deja en la mayoría de los países. Este fenómeno no solo ha llamado la atención de los políticos; también, desde el ámbito académico, se ha buscado la forma de explicar el fenómeno desde diferentes disciplinas, impactando en el desarrollo de nuevas teorías que ayudan a entender los factores que hacen que millones de personas se desplacen fuera de su lugar de residencia hacia lugares que cuentan con atractivos naturales, culturales y elementos propios que apoyan o inducen a la práctica turística. Existen otros estudios que buscan entender los factores que determinan el crecimiento, desarrollo y consolidación de un destino turístico.

Otro enfoque como la competitividad de los destinos turísticos sostenibles, trata de explicar los principales factores que hacen a un destino competitivo por encima de otro, al mismo tiempo que busca mantener preservado el recurso natural y cultural del destino, además de brindar prosperidad social. Esta investigación se desarrolla para conocer la relación que tiene la competitividad de los destinos, prosperidad social de los destinos y capital social comunitario, el cual ha sido adoptado por organismos internacionales como el Banco Mundial para erradicar la pobreza de los países en vías de desarrollo. Dicho enfoque, se ha ocupado para establecer relaciones con el aparato productivo de las empresas, las cuales han visto incrementos en la productividad derivada de ciertas dimensiones del capital social, esto por un lado.

Por el otro lado, ambos enfoques, tanto la competitividad de los destinos turísticos como el capital social, manejan una variable de respuesta que es común para estos enfoques, la cual se denomina prosperidad social, desde la perspectiva de la competitividad, se deduce que derivado de las acciones competitivas de un destino, este logra adquirir elementos que apoyan el incremento en la prosperidad social del destino. Desde la perspectiva del capital social, se ha vinculado al capital social con la percepción de la prosperidad social, la cual se puede

adquirir por el asociacionismo, acción colectiva, redes, confianza y cohesión social entre otros, para llegar a un fin común.

La prosperidad social se ha visto como un enfoque construido en países desarrollados, producto de las actividades económicas; no obstante, existen estudios en países en vías de desarrollo, los cuales señalan que la percepción de la prosperidad derivada de la competitividad y del capital social también es conmensurable en contextos donde los sectores económico-industriales y de servicios no se encuentran desarrollados del todo.

La metodología de la investigación científica es en este estudio, el proceso por el cual se da respuesta a la pregunta de investigación y el desarrollo para la prueba de hipótesis. Esta investigación se enmarca en el post-positivismo, es decir, se ocupa el método cuantitativo para conocer la relación entre variables de estudio derivada de la revisión bibliográfica. La técnica estadística que se ocupó para el análisis de los datos fue el modelado de ecuaciones estructurales basado en las covarianzas.

El análisis se realizó en tres etapas: la primera es un análisis factorial exploratorio (AFE), que se usa para explorar las variables latentes que conforman cada constructo. Se denomina así porque solo se puede determinar el número de factores que esperamos encontrar, y define grosso modo la composición de las variables latentes. La segunda etapa, es un análisis factorial confirmatorio (AFC), con el cual se redujo la dimensionalidad de los factores y se confirman los factores teóricos. En el AFC se puede definir cuales ítems conforman cada factor. El tercero, es un análisis factorial confirmatorio de segundo orden (AFC-segundo orden) con este tipo de análisis se desarrolló un análisis de correlación entre las principales variables latentes.

Para conocer la fiabilidad y validez de los análisis factoriales se ocupó el alfa de Cronbach. También se ocuparon los índices de bondad de ajuste que usa el modelado estructural para conocer la adecuación de los datos a los modelos factoriales y con esto generar instrumentos de medición válidos y con suficiente consistencia interna.

El diseño de investigación que se llevó a cabo se encuentra adecuado al uso del modelado de ecuación estructural, el diseño abarca el alcance de la investigación el cual es descriptivo, y transversal. Se desarrolló en este estudio investigación por encuestas. Este tipo de investigación permitió medir conceptos derivados de la constante construcción y práctica social, por lo que se encontró adecuado al diseño de investigación.

La presente investigación se estructura de la siguiente forma: en el primer capítulo se desarrolla la contextualización y planteamiento del problema, la pregunta de investigación y los objetivos del estudio. En el segundo, tercer y cuarto capítulo, se constituye el marco teórico de investigación que abarcan los tres constructos teóricos de estudio. En el quinto capítulo, se desarrolla hipótesis y variables, en el sexto se presenta la metodología de la investigación. En el capítulo séptimo, se describen los resultados de los análisis factoriales, finalmente en el capítulo octavo se presentan las discusiones, conclusiones, implicaciones, limitaciones del estudio y recomendaciones. Finalmente se presentan las referencias, anexos y el instrumento de medición original y final después del análisis factorial.

CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

En este primer capítulo, se desarrolla de una manera global el panorama general en el cual se enmarca el fenómeno turístico. De la misma forma, se brinda un acercamiento al contexto del turismo mexicano con todos sus elementos subyacentes que componen a este sistema; también se hace un acercamiento al fenómeno desde la perspectiva académica; después de este panorama general, se desarrolla el planteamiento del problema desde las perspectivas de estudio del capital social comunitario y competitividad de los destinos turísticos para llegar a la pregunta de investigación. Se desarrolla el objetivo general y objetivos particulares del estudio; finalmente se brinda la justificación del estudio.

1.1. Panorama General del Turismo

En las últimas décadas, la actividad turística ha ganado gran importancia en el mundo académico y social, además, económicamente se ha considerado un sector dinámico que permite la entrada de divisas a los países que cuentan con productos turísticos diferenciados y consolidados. La Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas (UNWTO, 2017) menciona que la práctica turística es la tercer actividad económica mundial que más ingresos genera por concepto de exportación, después de los productos químicos y combustibles, generando una derrama económica de 7.2 trillones de dólares americanos (UNWTO, 2017, p. 2).

Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, 2016) para los países desarrollados y en vías de desarrollo la aportación del turismo al PIB global representa 9.8%. La Organización Mundial del Turismo señala que la llegada de turistas internacionales para el 2016 fue de 1,235 millones, con un ingreso por turismo a nivel internacional de 1,220,000 millones de dólares americanos (UNWTO, 2017, p. 3).

Además de lo mencionado anteriormente, el turismo también genera ingresos de capitales de empresas transnacionales y nacionales que se involucran directamente en la actividad turística, permitiendo que a nivel regional se intensifiquen los efectos multiplicadores que se derivan de dicha actividad (Benavides, 2008).

El turismo para los países desarrollados se considera un factor que pasa a formar parte del sector productivo colocándose como la principal categoría de exportaciones (UNWTO, 2017), además apoya el crecimiento económico en la creación de empleos (WTTC, 2016) en relación con esto, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, menciona que el turismo representa 284 millones de empleos, es decir, uno de cada 11 empleos en el mundo (WTTC, 2016). También, apoya la mejora en la infraestructura de conectividad y accesibilidad, modernización de transportes, mayores y mejores prácticas sostenibles en la industria hotelera, restaurantera y transportación, cuidado del medio ambiente y mejora de la calidad de vida (Mathouraparsad & Maurin, 2017; Sirgy & Woo, 2015)

Para los países en proceso de industrialización, el turismo se consolida como una opción de crecimiento más viable y desarrollo económico sostenible. En algunos de estos países se considera la única fuente de entrada de divisas, además, genera empleos locales en empresas turísticas y contribuye a reducir la pobreza al irse ajustando a una forma sostenible e inclusiva en los destinos (Sancho, Garcia, & Rozo, 2007).

Sin embargo, el beneficio económico derivado del turismo no siempre abarca a todos los agentes que componen un destino turístico, las grandes empresas privadas y las empresas locales, son las que regularmente generan y absorben los beneficios ligados al turismo, este tipo de práctica, ha generado en la mayoría de los destinos turísticos emergentes, un reparto de riqueza desigual (Cleverdon & Kalisch, 2000), debido a la nula o mala gestión, donde prevalecen los intereses económicos personales y de grupos (González-Damian, 2009), así como, la falta de políticas que permitan una mejor distribución del ingreso, que logre generar un aumento en la calidad de vida de los residentes de los destinos turísticos (Dolnicar, Lazarevski, & Yanamandram, 2013). Cabe señalar que los beneficios económicos derivados de la demanda turística, son hoy día, un objetivo particular de la Organización Mundial del Turismo para promover el desarrollo y crecimiento de los países, incrementando el nivel de calidad de vida y la percepción de bienestar socio-económico en los destinos (Cîrstea, 2014; Das & Chatterjee, 2015; UNESCO, 2009; Yasarata, Altinay, Burns, & Okumus, 2010).

Durante la consolidación del turismo, visto como fenómeno y actividad económica en todos sus ámbitos espaciales y temporales, se ha polarizado y diferenciado en dos principales áreas geográficas, América del Norte y Europa Occidental (Cleverdon & Kalisch, 2000). Los países que se colocan al sur de estas áreas geográficas son también los países en vías de desarrollo o también clasificados como países con economías emergentes, de los cuales han surgido muchos destinos con diferentes tipos de turismo que abarca toda una gama posible de práctica, no obstante, destinos que hace unas décadas atrás no posicionaban en los primeros lugares como China, hoy se encuentran entre los primeros diez lugares de los países más visitados (Khizindar, 2012; Sancho et al., 2007).

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas (UNWTO, 2015), las llegadas de turistas internacionales se han incrementado constantemente, aunque en algunos años aparecen datos a la baja, reflejan acontecimientos importantes como la crisis del año 2008. A continuación, se presenta el gráfico de las llegadas de turistas que abarca de 1995 a 2014, que fue el primer año que rebaso la cota de los mil millones de llegadas de turistas internacionales (UNWTO, 2015).

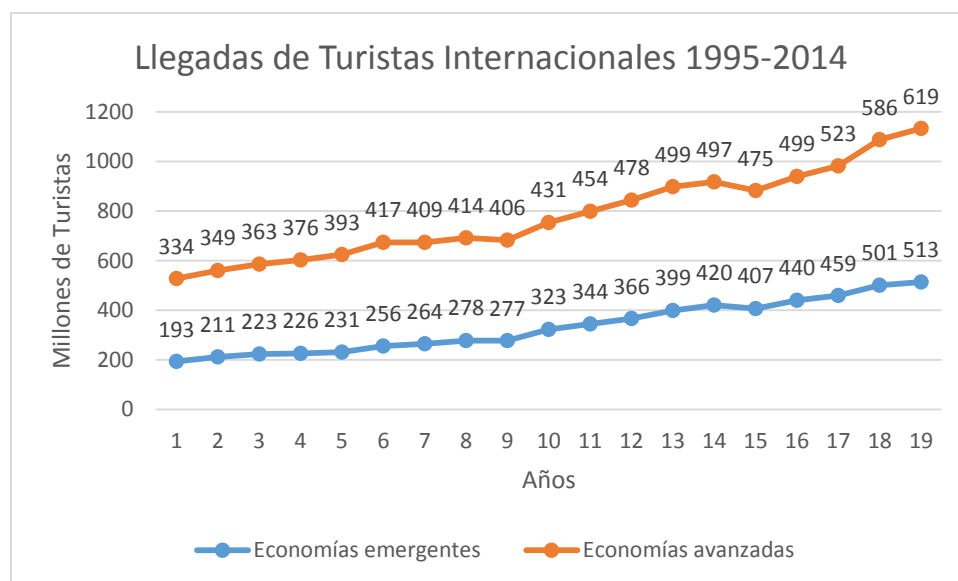


Figura 1. Llegadas de Turistas Internacionales 1995-2014. Con datos tomados de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2015).

1.1.1. Turismo en México

Como se ha visto anteriormente, las bondades relacionadas con la actividad turística son por lo menos a nivel económico muy optimistas, debido a que este sector, se considera muy importante por la entrada de divisas al país. Para el caso de México y de acuerdo al 3er. Informe de Gobierno (Republica, 2015), presentado por el actual Presidente, Licenciado, Enrique Peña Nieto; el turismo además de generar divisas, se considera motor de crecimiento económico y factor de desarrollo socio-económico de los estados y municipios. Los organismos internacionales recomendaron al gobierno mexicano la creación de la “*cuenta satélite de turismo*”, compuesta de indicadores como: el número de turistas que ingresan al país; medio de transporte utilizado para acceder al país; atractivos turísticos; capacidad hotelera, ingresos y egresos de divisas extranjeras por concepto de turismo. Esto le permite al país y a sus instituciones directas, medir la contribución que hace el turismo a la economía mexicana. Además, estos indicadores sirven para determinar la competitividad de México comparado con otros países, estos análisis de comparación son elaborados por organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo. Sin embargo, no representa por completo la aportación que hace el turismo a la economía mexicana, debido a que los indicadores se derivan de un mercado macro en la industria turística, eximiendo por tanto, la contribución directa del gasto que hace el turista en el destino (ver figura 2).

México se ha consolidado en una marca que tiene diversidad de prácticas turísticas por los múltiples escenarios naturales, culturales e históricos con que cuenta, esta marca ha dotado de una imagen a nivel mundial que le ha permitido colocarse en los primeros diez países más visitados del mundo y esto se ve reflejado en la creación de empleos; se espera que la tendencia de flujo turístico hacia México, siga en aumento en los próximos 20 años (UNWTO, 2015).

El desarrollo del turismo moderno en México comenzó con el Presidente Miguel Alemán a mediados del siglo XX, con el desarrollo de Acapulco, Puerto Vallarta, Mazatlán y posteriormente Cancún (Valenzuela-Valdivieso & Coll-Hurtado, 2009). Esta época se encuentra influenciada por la expansión del turismo de sol y playa que es generada por los países industrializados y que plantea una gran oportunidad para la captación de divisas a través de la promoción de los destinos turísticos playeros. Vale la pena resaltar que, en México, también se promocionaba el turismo cultural, donde los principales atractivos estaban conformados por la Ciudad de México, Morelos, y Zonas arqueológicas como Teotihuacán, Monte Albán y la zona Maya. El crecimiento que mostró México en los últimos 20 años fue causa, en primera parte, al tipo de políticas desarrolladas e implementadas por el gobierno para fortalecer el sector. En segunda parte, el mejoramiento de infraestructura, ampliación del sector de comunicaciones y transportes, incremento en el desarrollo inmobiliario de hoteles y; la concentración de centros integralmente planeados (Organización Mundial del Turismo, 2015; Valenzuela-Valdivieso & Coll-Hurtado, 2009).

Para el caso de México, la siguiente gráfica muestra una tendencia al alza en la creación de empleos, desde el año 2006 al primer trimestre del 2016, ésta, sólo muestra los empleos relacionados con la industria turística generados cada trimestre.

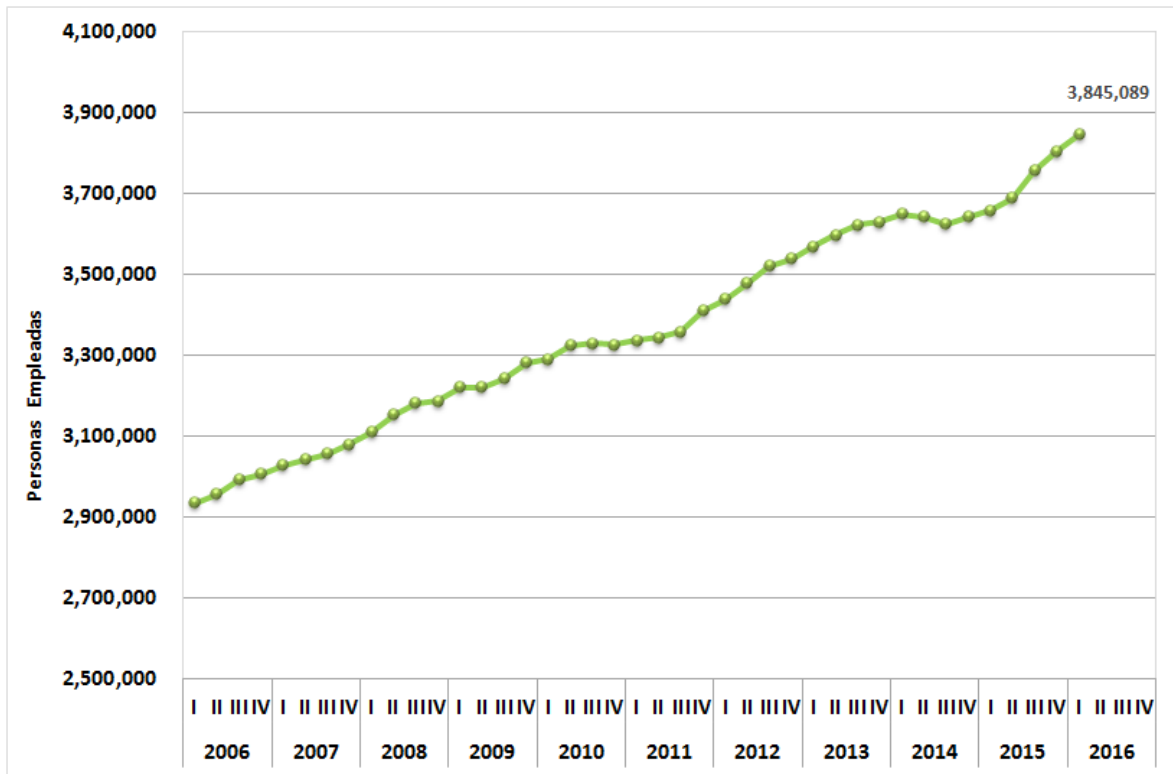


Figura 2. Generación de empleos turísticos del año 2006-2016.

Fuente: elaborada con datos de DATATUR-SECTUR (2016).

1.1.2. Perspectiva académica del turismo

Ahora bien, desde la perspectiva académica, el surgimiento del turismo dio paso a investigaciones dominadas por la antropología y la sociología, ambas disciplinas, tratan de explicar el proceso que juega el turista en la concepción de su viaje fuera de su lugar de residencia y, los motivos intrínsecos a su persona y condicionamientos sociales, culturales, políticos, psicológicos y aspiracionales (Cohen, 1979a), que marcan el comienzo de una era masiva de viajes.. Los análisis turísticos, finalmente tienen una tendencia de estudio hacia los factores productivos del sistema turístico, donde la gran mayoría de profesionistas y

políticos han convergido en el desarrollo de estrategias para generar flujos turísticos más constantes, direccionando al turismo hacia el aparato económico (Webster & Ivanov, 2014).

Los beneficios económicos que brinda el turismo a los países, regiones y comunidades, se les enmarca en los impactos del turismo donde se logra diferenciar los impactos positivos (Liu, Horng, & Chou, 2015), los cuales se vinculan con la calidad de vida de los residentes que laboran directamente en la industria turística (Woo, Uysal, & Sirgy, 2018).

Los impactos negativos llegan a ser percibidos en su mayoría por los residentes que no tienen una participación directa en la práctica turística y no obtienen beneficios económicos (Archer, Cooper, & Ruhanen, 2005; Woo et al., 2018). La parte económica se considera solamente un indicador de esta dimensión que se ha venido estudiando y se relaciona con la calidad de vida percibida desde un punto de vista material (Woo et al., 2018), además busca reducir la pobreza de los residentes de los destinos turísticos en zonas con altos grados de marginalización a través de la inclusión en la actividad laboral del turismo, mejorar los índices de prosperidad social y últimamente el manejo apropiado y conservación de los recursos naturales que son uno de los principales motivos por los que viaja un turista (Amir, Osman, Bachok, & Ibrahim, 2015; UNESCO, 2009).

El surgimiento de nuevas teorías aplicadas al acervo teórico del turismo se ha manejado desde perspectivas micro hasta perspectivas macro, de esta forma, surgen nuevos paradigmas que tratan de exponer las interrelaciones que hay entre los factores del sistema turístico, llegando a desarrollar modelos conceptuales y causales para explicar parcialmente en tiempo y espacio las interrelaciones de este fenómeno (Diéguez Castrillón, Gueimonde Canto, Sinda Cantorna, & Blanco Cerradelo, 2011; Mazaro, Rosana Mara; Varzin, 2014).

De esta forma surge el enfoque competitividad de los destinos turísticos que a continuación se desarrolla de forma general. Posteriormente, se contextualiza el capital social comunitario, el cual se ha manejado como una variable que afecta el desarrollo del turismo..

Competitividad de los Destinos Turísticos.

Los diferentes productos turísticos y marcas que se han consolidado alrededor del mundo se han construido por la combinación de factores que determinan un destino turístico, considerando a éste como la unidad de estudio y en el cual recaen los impactos positivos y negativos. Algunos beneficios han sido el fortalecimiento de la industria turística a nivel regional, desarrollo de infraestructura de acceso al destino, así como, la gestión que apoya el fortalecimiento de la imagen a través de diferentes estrategias que ayudan a la preservación de los elementos naturales, culturales y sociales (Armenski & Gomezelj, 2011; Dwyer & Kim, 2003a; Ritchie & Crouch, 2003).

Anteriormente, la competencia entre destinos estaba enmarcada en el precio y el tipo de cambio, principalmente en destinos de sol y playa, pero también en destinos con un atractivo cultural fuerte y que principalmente se asociaron a las grandes capitales del mundo (Ibañez & Rodríguez, 2012). No obstante, la tendencia del flujo turístico y las nuevas preferencias de los turistas, así como el desarrollo de la industria de las comunicaciones y transportación, han colaborado en una nueva directriz de práctica turística que diversifica el producto y los destinos turísticos, haciendo cada vez más difícil la forma de atraer turistas (Ibañez & Rodríguez, 2012).

La competencia entre los destinos se ha acrecentado debido al surgimiento de nuevos destinos y nuevos productos turísticos y con esto las nuevas preferencias de los turistas ha obligado a los gestores, a los profesionistas y a los grupos académicos, a elaborar estudios que ayuden en la evaluación competitiva de acuerdo con los factores más importantes desde la perspectiva del turista (Pearce, 2015).

La competencia en el sector turístico se da en diferentes niveles, a nivel micro se tiene la empresa que presta servicios (hotelería y restaurantes; tour operadoras y prestadores de servicios turísticos). A nivel macro, los destinos turísticos son determinados por las regiones geográficas y por las características socioculturales (Esser, Hillebrand, Messner, & Meyer-Stamer, 1996). Los destinos turísticos y sus agregados como los productos turísticos, se encuentran en una etapa de globalización en un mercado turístico, la eficiencia y la efectividad en la gestión de un destino, el cuidado y mantenimiento de los recursos naturales,

culturales y recursos creados, a través de la gestión, permiten adquirir nuevas cuotas de mercado (Cracolici et al., 2006; Stanickova, 2015).

Sin embargo, cuando un destino turístico consolidado no puede innovar en estrategias para adquirir o renovar sus flujos de turistas, está condenado a desaparecer o permanecer en el mercado, con una participación muy insipiente (Marrocu & Paci, 2013; Zhang & Jensen, 2007). Debido a lo anterior, el ciclo de vida de un destino turístico se encuentra marcado por diferentes etapas en la creación, mantenimiento e innovación, que dependen ampliamente de su habilidad para combinar eficientemente los procesos para la adquisición de resultados para un mercado dado (Bruneckiene, Cincikaite, & Kilijoniene, 2012; Cracolici, Rietveld & Nijkamp, 2006; Stanickova, 2015).

Las estrategias competitivas generadas por los tomadores de decisiones y desarrolladores de políticas son aplicadas a uno de los principales componentes de la competitividad de los destinos, es decir, a los elementos que componen la ventaja comparativa para innovar en el manejo de recursos susceptibles de aprovechamiento a través de la gestión (Hong, 2008).

En el mundo académico, la tendencia actual de estudios se ha enfocado en el desarrollo de investigaciones que permiten comparar regiones o países para saber cuál es más competitivo; algunos académicos y organizaciones internacionales lo han manejado desde la creación de índices y modelos conceptuales para evaluar la posición competitiva; determinada a través de la derrama económica en el destino; el número de vuelos hacia el país; la calidad del servicio y la cantidad de lugares históricos afiliados al programa Patrimonio Cultural de la Humanidad (Mazanec et al., 2007; Navickas & Malakauskaite, 2009). Un ejemplo claro es el modelo desarrollado por el Foro Económico Mundial (WEF), denominado *Monitor de Competitividad*, según Crouch (2007), es un modelo que tiene más deficiencias que fortalezas, lo cual demuestra que el modelo y sus indicadores no fueron operacionalizados y validados en algún contexto.

El modelo conceptual que más se ha ocupado por el mundo académico y profesional para evaluar la competitividad del destino turístico es desarrollado por Crouch y Ritchie (1999), éste se desarrolló longitudinalmente a través de una serie de estudios exploratorios y

descriptivos donde se describen las relaciones que tienen ciertos conceptos como los recursos naturales, gestión de los destinos, recursos o factores de apoyo, el macroambiente y microambiente para atraer turistas.

Dicho modelo también denominado modelo de Calgary, se basa en fundamentos teóricos y prácticos, las dimensiones teóricas surgen de la revisión de literatura, y los fundamentos prácticos se derivan de una serie de entrevistas desarrolladas con expertos del turismo y de las empresas. El modelo se va ampliando hasta generar una serie de determinantes e indicadores de competitividad en el contexto de viajes y turismo. Este modelo ha sido el más estudiado para conocer por qué un destino es más competitivo que otro, sin embargo, como lo menciona Crouch, el modelo no es infalible de error, esto ha permitido agregar nuevos componentes derivados de nuevos estudios (Crouch & Ritchie, 1999; Ritchie & Crouch, 2003a).

Los nuevos enfoques que se han anexado al estudio de la competitividad de los destinos turísticos son la integración del enfoque desarrollo sostenible y del enfoque *triple botton line* (Dwyer, 2005), asumiendo que a través de los factores que hacen competitivo a un destino se genera bienestar social y calidad de vida en el destino, manifestada en la buena percepción de prosperidad social debido a la dispersión de los beneficios económicos, ambientales y socioculturales, derivados de la forma de gestionar el turismo en la comunidad receptora (Dwyer, 2005; Ritchie & Crouch, 2003a).

Así, el enfoque sostenible se convierte en la principal dimensión de la competitividad de los destinos turísticos. Este nuevo enfoque teórico tiene la virtud de ser multidimensional y multifacético, de esta forma, la perspectiva del desarrollo sostenible pasa a formar parte del constructo de la competitividad del destino (Dwyer, 2005; Ritchie & Crouch, 2003a).

Algunas de las experiencias en la evaluación de la competitividad de los destinos turísticos también se han dado en el medio rural, el cual ha servido para dotar de nuevas variables que ayudan a determinar la competitividad desde otra perspectiva y en este contexto, surgen variables como la gestión comunitaria, el enfoque teórico de la ventaja competitiva de los

destinos basada en los recursos (Campón-Cerro, Hernández-Mogollón, & Alves, 2016; Chin, Lo, Songan, & Nair, 2014), el capital social comunitario (Jiuxia & Xi, 2014).

Sin embargo, en el contexto rural donde surgen los destinos turísticos comunitarios en países latinoamericanos, carece la mayoría de evaluaciones y análisis competitivos que les ayuden a gestionar de forma óptima los factores que hacen competitivo al destino en un nivel regional (Pearce, 2016). Además de lo mencionado anteriormente, los nuevos enfoques que han surgido de las ciencias sociales y de instituciones internacionales están buscando dotar a las comunidades de autogestión en sus recursos naturales y socioculturales con el fin de obtener ganancias económicas que puedan mejorar su prosperidad social (Barbini, 2008; UNWTO, 2017).

La perspectiva de la prosperidad social se ha convertido en una dimensión del enfoque de la competitividad de los destinos (Crouch & Ritchie, 1999). Esta relación teórica y empírica ha sido estudiada por diferentes académicos, la premisa fundamental sobre la cual descansa esta relación, se basa en los resultados derivados de la competencia entre empresas, destinos, regiones y entre países (Crouch & Ritchie, 1999; Ramos & Ibarra, 2017).

Sumando lo anterior, la competencia se ha convertido hoy día en un tema crítico que afronta el incremento de productos en el mercado turístico; diferentes estudios indican que los turistas y sus necesidades se han convertido en la base de la competencia y de la competitividad del destino turístico (Enright & Newton, 2004; Meng, 2006; Vodeb, 2012). Por la tanto, es necesario que se desarrollen estudios que permitan evaluar y analizar factores que afectan la competitividad de un destino, además de validar instrumentos de medición sobre los factores que determinan los elementos para lograr una mejor posición competitiva en destinos turísticos rurales con el fin de generar cuotas de mercado y mejorar la experiencia del turista, mejorar la calidad ambiental de los destinos e incrementar la prosperidad social de los residentes.

1.2. Descripción del problema

Las perspectivas y contextos del turismo y de lo turístico, son tan diversos, que recaen sobre varias disciplinas de la ciencia e inciden en diferentes enfoques. Dentro de las perspectivas, se encuentran diferentes formas de querer explicar el fenómeno del turismo.

Existen, por un lado, tendencias teóricas de grupos académicos estudiosos del turismo, dedicados a dar una explicación desde el enfoque de la sociología (E. Cohen, 1979b); enfoque sistémico (Korstanaje, 2008); enfoque constructivista (González-Damian, 2009); enfoque de la fenomenología (Pernecky & Jamal, 2010); enfoque marxista (Osorio-García, 2005); teoría de la acción social (Gard McGehee, 2002); interaccionismo simbólico (González-Damian, 2010); teoría del caos (McKercher, 1999).

Dichos estudios se consideran aportes base para desarrollar propuestas teórico-metodológicas para el estudio del fenómeno turístico, sus estudios se han enfocado principalmente en los turistas; las relaciones entre los turistas y residentes; la estructura y funcionamiento del sistema turístico; finalmente, impactos del turismo, que se dividen en negativos y positivos, dentro de los últimos se maneja la parte económica que se relaciona con la derrama de divisas extranjeras en el destino turístico, así como, creación de empleos y crecimiento económico; los negativos, se traducen en la pérdida ambiental, que frecuentemente se relaciona con los recursos renovables y no renovables; contaminación; transculturación en los destinos y/o pérdida de identidad cultural y social; conflictos por acceso a los recursos naturales limitados; desigualdad socioeconómica y geográfica espacial.

Por otro lado, los enfoques económico-administrativos evalúan la aplicabilidad de la práctica turística con modelos conceptuales, que son evaluados en los destinos turísticos y que parten de análisis cuantitativos, pero también, desde una perspectiva cualitativa con el fin de desarrollar descripciones más profundas adecuadas a la práctica turística, para generar a nivel macro y micro, crecimiento y desarrollo económico. Las diferentes investigaciones turísticas con enfoques y perspectivas mencionados anteriormente, han sido validados y comparados en diferentes estudios (Brida, Monterubbianesi, & Zapata-Aguirre, 2011; Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer & Kim, 2003b). Además, cumple con uno de los objetivos

de la Organización Mundial de Turismo que es fomentar el desarrollo económico en los países.

Ahora bien, el término “turismo” es de reciente creación dado el hito histórico en el contexto de masificación de los viajes, que inicia exponencialmente con la época post-Fordista y que arranca con el modelo tradicional (sol y playa) en un auge donde la innovación tecnológica es puesta al alcance de la población (Aguiló, Alegre, & Sard, 2005; Claver-Cortés, Molina-Azorín, & Pereira-Moliner, 2007).

Esta expansión del turismo de masas fue posible debido al incremento del estándar de la calidad de vida y de la reducción del año laboral, vacaciones más extensas y pagadas, así como la mejora en los transportes (Goldstone, 2003). De esta forma, la masificación no hubiera sido posible sin la modificación de políticas laborales e industriales, además, de consolidarse las características en infraestructura y superestructura para soportar y apoyar el turismo en los destinos (Aguiló et al., 2005; Goldstone, 2003).

El modelo tradicional del turismo es un modelo que a la fecha se sigue ocupando como generador de riqueza (empresas transnacionales), empleos, crecimiento económico para países, y un aparente bienestar social dentro del destino para economías emergentes; por el contrario, para los países desarrollados, el turismo se ha consolidado como un sector más que genera entrada de divisas. Sin embargo, también ha sido generador de pobreza debido a la especialización de la práctica; concentración de actividades y; la apropiación y explotación de los recursos turísticos naturales y culturales (Hernández, Suárez-Vega, & Santana-Jiménez, 2016; Jiuxia & Xi, 2014). Así, los grandes desarrollos son considerados núcleos o polos turísticos y su relación con la acumulación de riqueza es directa.

Ahora bien, los impactos que genera este tipo de turismo en las comunidades receptoras, aún no han sido bien establecidos, sobre todo en los que refiere a las interacciones e interrelaciones del turista con la comunidad receptora y su medio natural (Tinoco, 2003). En este punto se encuentran dos bifurcaciones, por un lado, se tiene los impactos negativos y positivos que son bien conocidos en la literatura turística; por el otro lado, el turismo para algunos sociólogos y antropólogos, está relacionado a estados subjetivos y parámetros

socioculturales, y clasifican en modelos al turista de acuerdo a su búsqueda personal, y que va desde los niveles más abstractos del ser humano (fe, espiritualidad, vida experiencial) hasta los concretos como: descanso, salir del estrés cotidiano, entre otros (Cohen, 1979a, 1979b).

El gran apoyo político brindado a este modelo para su implementación en países en vías de desarrollo surgió, debido a la creciente derrama económica que ocasiona el flujo de turistas a dichos países; colocándose como un sector de venta de bienes y servicios, pugnando por el desarrollo masivo sin regulaciones y normas, que excluyen de los beneficios socio-económicos y de inclusión a los residentes (Claver-Cortés et al., 2007; Hernández et al., 2016). Algunas de las perspectivas políticas a favor del desarrollo del turismo, señalan una comunicación bidireccional entre la comunidad local y el gobierno para la planeación y toma de decisiones; otras se enfocan a la formulación de programas de desarrollo en turismo; y otras más, a formular políticas de desarrollo sustentable de turismo (Ramales & Portillo, 2010).

En contra parte al turismo de sol y playa se desarrolló un modelo alternativo de turismo (Gard McGehee, 2002; Ibañez & Rodríguez, 2012), donde la práctica tiende a una revitalización del turista (sujeto) con su medio natural de forma inclusiva, así como en el social y cultural.

El desarrollo de este modelo se generó como una alternativa de práctica turística en países desarrollados, logrando ampliar la oferta turística y diversificando la derrama económica al interior de los países, donde los principales beneficiarios son las comunidades o localidades a través de estándares óptimos en la calidad de vida.

Además, los diferentes modelos tradicionales de la economía para el desarrollo regional rural se enfocaron principalmente en los factores económicos y en el proceso de explotación de recursos, de la misma forma, el desarrollo progresivo del turismo se expresa en términos económicos como la creación de empleos, y el aumento del valor de la tierra.

El surgimiento del modelo alternativo, enmarcado en los contextos rurales y naturales, lo han matizado de bondades económicas, ambientales y socioculturales cuando es gestionado por los residentes, con apoyo de organismos públicos y privados. Sin embargo, existen experiencias turísticas comunitarias donde la exclusión en el ámbito laboral turístico se ve marcada hacia individuos comunitarios, así como, la exclusión de los beneficios económicos y de acceso al uso de recursos (Das & Chatterjee, 2015; Razzaq et al., 2013).

Así, dentro de esta forma alternativa de turismo, existen, prácticas turísticas diferenciadas que se desarrollan en los recursos naturales y de herencia cultural en comunidades rurales (Ghaderi & Henderson, 2012; Rodríguez-Pose & Hardy, 2015). El turismo comunitario, ecoturismo, turismo basado en naturaleza, turismo cinegético, entre otros, se ha desarrollado de una forma paulatina alrededor del mundo y especialmente en Europa, además, para el caso de México, la práctica de turismo alternativo, no se ha desarrollado de una forma óptima que permita salvaguardar los bienes humanos (identidad, cultura y tradición) y los bienes naturales y heredados, obligando a las comunidades a realizar prácticas que afectan su medio ambiente social, cultural y natural por beneficios económicos temporales (Yasarata et al., 2010).

Sin embargo, las nuevas tipologías antes mencionadas se encuentran relacionadas con dos enfoques teóricos, por un lado, se encuentra la teoría del desarrollo y por el otro, la teoría de la sostenibilidad ambiental, ambos enfoques buscan desarrollar y promocionar un turismo sostenible en lugares sostenibles. Sin embargo, el desarrollo del turismo alternativo ha tenido fuertes críticas, como se mencionaba anteriormente el turismo es una actividad por naturaleza depredadora del medio ambiente natural y social, y sus impactos negativos son conocidos en el ámbito académico político y social. Existe, además, un fuerte choque entre conservacionistas, ambientalistas y economistas. Se sabe que los retos que afronta la academia están vinculados a estudios sobre el libre acceso y la restricción de acceso a los recursos para su aprovechamiento; a las políticas gubernamentales de inclusión para los residentes; legislaciones en materia ambiental; y capacitaciones (Russell & MacLean, 2008).

El turismo alternativo en comunidades rurales sea de cualquier tipo, necesita, además de cumplir con los objetivos del desarrollo sostenible, manejar políticas más participativas y de cooperación entre los diferentes actores.

De la misma forma que la falta de acuerdos políticos y de planeación para el turismo generan empobrecimiento, la carencia de infraestructura y servicios básicos en destinos emergentes, de países con economías en desarrollo, fomenta la desigualdad, la migración y el nulo desarrollo de habilidades y capacidades; aunado a la falta de acceso a la educación de los residentes en destinos pequeños, estas carencias, generan deterioro ambiental, social y cultural (Goodwin, 2011; Holden, Sonne, & Novelli, 2011)

Las preferencias de los turistas están cambiando rápidamente, el ecoturismo, el turismo comunitario y el turismo basado en la naturaleza son mercados crecientes y se prevé que en un futuro serán los más demandados por los turistas. Desde la perspectiva anterior, se necesita una correcta planeación y estudios que garanticen desde el primer momento que surja un destino alternativo, ser estructurado conforme a los lineamientos y políticas, y dotar de mayor participación a las comunidades para que el turismo se convierta en su negocio y se deje atrás el contexto del servilismo que tienen los individuos de las comunidades, además de educar al turista para poder iniciar una correcta interacción con el medio natural y social (Barbosa, 2007).

Actualmente las investigaciones con enfoques holísticos no sólo refuerzan la parte económica, también anexan diferentes factores relacionados con los componentes del sistema turístico, algunos de estos paradigmas son la competitividad de los destinos turísticos y el capital social comunitario que se exponen en seguida.

La teoría de competitividad de los destinos es un paradigma de reciente creación, multifacético y multidimensional, que ayuda a los destinos turísticos a posicionarse en el mercado internacional del turismo en un contexto macroambiental, diferentes estudiosos del tema (Crouch & Ritchie, 1999; Enright, 2005; Enright & Newton, 2004; Geoffrey & Crouch, 1995) han evaluado la competitividad de un destino a través del precio-demanda (Bălan, Balaure, & Vegheş, 2009; Crouch, 1995), también la han evaluado por la llegada de turistas

(Bashi, 2015; Geoffrey & Crouch, 1995), otros por las preferencias y factores de los atractivos turísticos (Dwyer & Kim, 2003b; Enright & Newton, 2004) y por el beneficio económico de la actividad turística en el destino (Bashi, 2015).

Las investigaciones de competitividad de los destinos que se han validado en diferentes países, lo han hecho en destinos con características que soportan y apoyan la actividad turística, es decir, destinos turísticos que están acondicionados con una estructura sólida (superestructura e infraestructura), recursos turísticos (recursos naturales, culturales y elaborados por el hombre), y gestión del destino (Bashi, 2015; Enright & Newton, 2004; Esen & Uyar, 2012; Manente, 2009).

En el enfoque Competitividad de los Destinos, los académicos ha generado diferentes modelos conceptuales (Armenski & Marković, 2011; Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer & Kim, 2003a; Heath, 2003; Marrocu & Paci, 2013; Vengesayi, 2003; Wu, Lan, & Lee, 2012) que han sido evaluados en destinos de sol y playa, destinos urbanos, y urbanos-culturales; pero también, con una menor frecuencia de estudio, en destinos rurales (Campón-Cerro et al., 2016) con recursos naturales y/o culturales, de esta forma las nuevas perspectivas de la competitividad para el desarrollo de destinos turísticos rurales y comunitarios, se está aplicando a destinos en países con economías emergentes. Las recientes investigaciones de competitividad han buscado en una primera opción, explicar qué hace a un destino ser más competitivo. La segunda opción, son los estudios que buscan conocer cuáles son los resultados derivados de la competitividad, y en este tema, se ha vinculado al enfoque de la prosperidad social y el enfoque llamado en inglés *Triple Bottom Line* (Adeyinka-Ojo, Khoo-Lattimore, & Nair, 2014; Dwyer, 2005; Okazaki, 2008; Prabhakaran, Nair, & Ramachandran, 2014).

En tercera opción se encuentran los modelos de reciente creación, considerados modelos multidimensionales, que se han aplicado a nivel macro y meso, que buscan fortalecer las características o elementos constitutivos de las ventajas comparativas y competitivas que ya se tienen, y desarrollar aquellos factores que no son observables. Una característica que contiene el enfoque CDT al ser un modelo multidimensional, es su capacidad evolutiva y

adaptativa a través de otros enfoques en su constante construcción, debido a las aportaciones teórico-empíricas de inclusión de otras variables. De esta forma, a nivel micro, el mismo modelo aplicado en un contexto macro, puede encontrar forma de replicarse, siempre y cuando se adecue a las características del contexto en ese micro sistema (Barkauskas, Barkauskienė, & Jasinskas, 2015; González & Ruiz, 2006).

En el contexto micro, la participación de las comunidades rurales en el mercado internacional del turismo, ha afrontado grandes retos, debido en primera instancia a que el turismo sólo se ha enfocado en los litorales del país, y en zonas urbanas con atractivos culturales masificables, con estrategias de mercado altamente competitivas que permite participar en el mercado nacional o internacional de turismo (Aguiló et al., 2005; Hernández et al., 2016). Además, los impactos relacionados al turismo, como el económico, se distribuye solamente entre los grandes consorcios hoteleros y tour operadores, dejando muy pocas divisas o nulas ganancias en los residentes de la periferia del destino, con un costo de vida alto y exclusión de bienes y servicios públicos (Balslev Clausen & Gyimóthy, 2016; Montaña Armendáriz, Pérez Concha, & De la O Burrola, n.d.).

Los costos socio-culturales y ambientales en los destinos turísticos emergentes, no son compensados por las grandes transnacionales y/o el gobierno, ocasionando divisiones y fracturas en la estructura social al interior de las comunidades. Debido a estos fenómenos, las actuales investigaciones evalúan diferentes perspectivas teóricas y enfoques que pueden ayudar a lograr una inclusión participativa, cooperativa y de planeación al interior de las comunidades, uno de los enfoques es el capital social comunitario (Barbini, 2008; López, 2006; Razzaq et al., 2013) que logra establecer un vínculo con el desarrollo local a través de las formas de autogobierno, cooperación y reciprocidad, confianza, participación, creación de redes institucionales internas y redes externas privadas y/o gubernamentales que brindan apoyo en capacitaciones y apoyos financieros, es decir, los vínculos que se generan entre individuos dentro de la comunidad aluden a la capacidad de organización para formar una estructura social que permita gestionar los recursos humanos, naturales y financieros con el fin de obtener beneficios socio-culturales, económicos y ambientales para todos los residentes de la comunidad (Flores & Rello, 2003). Por otro lado, las redes o vínculos que se

generan entre diferentes comunidades rurales pertenecientes a un mismo espacio geográfico o regional, crea formas de cooperación que ayuda a establecer objetivos más concretos para aprovechar los recursos con los que cuentan las comunidades (Ansari, Munir, & Gregg, 2012; Nyaupane, Morais, & Dowler, 2006).

El tipo de investigaciones llevadas a cabo para explicar las relaciones que guarda el enfoque comunitario con el desarrollo local sostenible y el turismo, se han desarrollado a través de investigaciones exploratorias y descriptivas identificando variables e indicadores que ayuden a la comprensión del enfoque comunitario (Gasca-Zamora, López-Pardo, Palomino-Villavicencio, & Mathus-Alonso, 2010; Maldonado, 2005).

El enfoque capital social comunitario se ha ido definiendo desde una perspectiva multidimensional, debido a que es un enfoque relativamente joven, esta característica ha permitido al Banco mundial, generar una serie de indicadores que logra insertar en la perspectiva del desarrollo para las comunidades rurales a través de estrategias que ayuden al ambiente comunitario y que a través de estas estrategias, se genere una ventaja competitiva sostenible con respecto a otras comunidades que no cuentan con capacidad de organización comunitaria (Feldman & Assaf, 2001).

Consecuentemente, bajo este nuevo paradigma de la comunidad y competitividad, se ha vinculado el enfoque sostenible con el objetivo de cambiar, ampliar y distribuir los beneficios de la actividad turística en el contexto ambiental, social, cultural y económico en los destinos tradicionales y alternativos, sin dejar de lado la participación activa en el mercado del turismo (Adeyinka-Ojo et al., 2014; Cucculelli & Goffi, 2015; Ruhanen, 2007).

La función del capital social comunitario es servir como detonante para acelerar la participación, la distribución del poder y la colaboración, para mejorar las condiciones de vida de los residentes vinculados con el turismo (Gasca-Zamora et al., 2010; López, 2006; Okazaki, 2008). El capital social comunitario representa una característica de las formas de organización de las comunidades que pueden contribuir al desarrollo socioeconómico y al éxito en la implementación de planes de turismo.

El proceso del desarrollo competitivo, la creación del capital social comunitario y la percepción positiva de prosperidad social por parte de los residentes en los destinos turísticos comunitarios implica, el análisis de estos constructos en las comunidades rurales para fortalecer o desarrollar los elementos que apoyen en el desarrollo humano, cultural, económico, natural, tecnológico y gestión (Macbeth, Carson, & Northcote, 2004), además de involucrar los actores locales en la planeación y toma de decisiones. Finalmente, la validación de un instrumento que mida competitividad de los destinos, capital social comunitario y prosperidad social en destinos turísticos comunitarios o rurales será un aporte académico con el cual en estudios posteriores se pueda desarrollar políticas públicas.

1.3. Preguntas de Investigación

Principal: ¿Se puede validar un instrumento que capture las dimensiones de CSC, CDTS, PROSP, en 10 comunidades turísticas asociadas a RITA?

Secundaria: ¿Cómo se relaciona el capital social comunitario, la competitividad de los destinos turísticos sostenibles y prosperidad social de los destinos?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Validar un instrumento que mida capital social comunitario, competitividad de los destinos turísticos sostenibles y prosperidad social

1.4.2. Objetivos particulares

Describir la relación entre capital social comunitario y competitividad de los destinos turísticos sostenibles.

Describir la relación entre capital social comunitario y prosperidad social de los destinos.

Describir la relación entre competitividad de los destinos turísticos sostenibles y prosperidad social

1.5. Justificación

La práctica turística es la tercera actividad económica mundial que más ingresos genera por concepto de exportación, después de los combustibles, productos químicos y alimentos, contribuyendo a nivel mundial con cerca del 10% del PIB. Para los países con economías emergentes, el PIB representa 7% de las exportaciones de bienes y servicios. El turismo es una actividad que genera ingresos de divisas a los países por concepto venta de bienes y servicios, pero también, genera ingresos de capitales de empresas transnacionales y nacionales que se involucran directamente en la actividad turística, estas inversiones en materia turística generan crecimiento económico en los países (UNWTO, 2017).

Para los países con economía emergente el beneficio económico derivado del turismo no siempre abarca a todos los agentes que componen un destino turístico, las grandes empresas privadas y las empresas locales son las que regularmente generan y absorben los beneficios ligados al turismo, este tipo de práctica, ha generado en la mayoría de los destinos turísticos como el caso de México, un reparto de riqueza desigual, sin embargo, también se conocen sus impactos positivos como la generación de empleos y crecimiento económico a nivel macro. Para los países industrializados el turismo se ha explicado por la derrama económica en el destino, además de contribuir al crecimiento, también aporta al PIB per cápita, incrementando la calidad de vida de los residentes del país. Así, los beneficios económicos derivados de la demanda turística, son hoy día un objetivo particular de la Organización Mundial del Turismo para promover el desarrollo y crecimiento de los países, incrementando el nivel de calidad de vida y la percepción de bienestar socio-económico en los destinos (UNWTO, 2017)

En el ámbito socio-cultural la práctica del turismo ha permitido el fortalecimiento de los factores culturales de las propias comunidades receptoras (Jolliffe, 2009), preservando la lengua, las tradiciones, la gastronomía y en muchos casos la forma de vida. Sin embargo, se sabe que el turismo también genera impactos negativos socioculturales en las comunidades y una de las formas para minimizar los impactos, es a través del desarrollo de gestión turística participativa en el destino, donde se involucre a la comunidad, gobierno, empresas locales y

privadas. Los actuales enfoques de calidad de vida y bienestar social vinculados con el turismo (Woo, Kim, & Uysal, 2015a), han demostrado que la percepción en relación al desarrollo del turismo en las comunidades receptoras mejora el bienestar social en sus ámbitos tangibles e intangibles.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) plantea diversos objetivos y entre estos se encuentra apoyar a través de políticas, el desarrollo de turismo sostenible que permita el uso óptimo de los recursos ambientales, respetando la identidad sociocultural de las comunidades receptoras. Ante estas nuevas prioridades que marca la OMT, la investigación que se desarrolla, busca a través del turismo, preservar las tradiciones, formas de vida y recursos naturales que hacen de México un país multicultural y diverso, ya que éstas características sirven como factor de atracción de turistas internacionales y nacionales. Por otra parte, la inclusión laboral en el turismo, se ha extendido a comunidades que cuentan con recursos naturales y/o culturales, esta inclusión ha permitido que no sólo se preserve la forma de vida, sino también, los recursos con los que cuenta cada destino, abogando por un enfoque sostenible en la interacción de todos los agentes sociales y ambientales en las comunidades (UNWTO, 2016).

En el ámbito académico existe una creciente tendencia de investigaciones teórico-metodológicas y epistemológicas del turismo. La OMT fomenta el desarrollo de conocimiento, capacitación y enseñanza en materia del turismo a los países pertenecientes a esta organización y favorece la formación de redes que faciliten la creación e intercambio de conocimientos.

Además, busca vincularse con las organizaciones particulares, gubernamentales, regionales y locales de turismo. De igual forma, considera que la vinculación con instituciones educativas y de investigación, permiten construir en conjunto con la sociedad civil, un sector turístico sostenible, responsable y competitivo.

La relevancia académica de este estudio parte de la generación de conocimiento al describir las asociaciones que pudieran o no existir entre capital social comunitario, competitividad de los destinos turísticos sostenibles, y prosperidad social de los destinos, ya

que dicha relación entre estas tres variables ha sido poco analizada en estos tipos de contextos comunitarios en países en vías de desarrollo. Por lo tanto, la aportación de esta investigación al ámbito académico, se genera a través del análisis teórico-empírico de la validación de una escala, que permita medir capital social, competitividad turística y prosperidad social en el contexto de comunidades turísticas de pueblos originarios en México.

El beneficio de usar un modelo validado en un contexto regional, permitirá a los académicos y políticos fortalecer el desarrollo local a través de políticas de inclusión de las comunidades que cuenten con atractivos susceptibles de ser aprovechados turísticamente.

Por otro lado, el enfoque de la competitividad de los destinos es un tema que se ha desarrollado a nivel internacional con aportaciones de diferentes académicos y organizaciones. Si bien, este tema se desarrolló con el modelo de Calgary seguido por diferentes investigadores (Chen, Chen, & Lee, 2011; Dwyer & Kim, 2003a; Enright & Newton, 2004), las aportaciones se han evaluado en diferentes contextos y destinos turísticos, por lo que se ha generado conocimiento acerca de los factores determinantes de la competitividad y su multi-dimensionalidad, a veces llegando a la réplica de los modelos conceptuales en diferentes estudios, sin embargo, existen limitados estudios en su adaptación a este tipo de contextos (Macbeth et al., 2004; Zahra & McGehee, 2013).

La práctica turística lleva demasiadas connotaciones positivas y negativas. Desde el momento que se selecciona un lugar debido a su atractivo natural o cultural, inicia la etapa de transformación del medio, desde la apertura al modo de ingresar al destino, hasta las grandes modificaciones naturales que se le hace al destino para hacerlo atractivo (caso de Xcaret). Estos cambios tienen diferentes perspectivas. Por un lado, la económica que busca la forma de generar ingresos monetarios fuertes para el crecimiento y desarrollo económico; el uso de capital natural y capital humano, son factores integrados al aparato productivo los cuales dependiendo de las leyes pueden ser aprovechados sosteniblemente, o, por el contrario, buscar la forma de explotarlos para generar mayor poder económico.

Por el otro lado, de acuerdo con la nueva perspectiva del modelo de desarrollo sostenible, se busca preservar los bienes naturales y socioculturales, sin dejar de lado los beneficios económicos generados por las actividades comerciales.

Las comunidades indígenas y campesinas habitan principalmente zonas rurales con recursos naturales, principalmente forestales, los cuales son esenciales porque dotan de suelos fértiles, flora y fauna que sirve para mantener el equilibrio ecológico en las regiones aledañas. El problema más grave que afronta la humanidad es el cambio climático relacionado con la pérdida de superficie arbórea. El papel principal que juegan hoy día dichas comunidades se traduce en el cuidado de su medio natural, ya que la mayoría de tierras con amplios recursos forestales e hídricos se encuentra en manos de éstas.

El rol que ha desempeñado el gobierno ha sido pieza clave en la preservación de los recursos naturales, la legislación gubernamental a través de instancias internacionales coadyuva a la creación de Áreas Naturales Protegidas (ANP). Las limitaciones en el uso forestal impuestas a indígenas y campesinos, ha mermado los ingresos económicos de éstos, sin embargo, las comunidades se encontraron ante nuevas oportunidades de generar ingresos a través del cuidado y aprovechamiento sostenible de las ANP; algunas comunidades, miraron al turismo como una actividad con la cual poder hacer uso sostenible de sus recursos y obtener los beneficios económicos, ambientales y socioculturales derivados de los servicios ecosistémicos apoyados por organismos internacionales.

La investigación permitirá aportar características claves de gestión llevadas a cabo por los residentes en destinos turísticos comunitarios desde la perspectiva del capital social; así como, la evaluación de los recursos del destino desde el lado de los residentes comunitarios que son elementos importantes para ser visitados, adicionalmente, se pretende determinar cuantitativamente, las dimensiones del capital social comunitario, el cual en su amplio desarrollo teórico y empírico ha mostrado una evolución que se direcciona hacia el desarrollo de políticas, que permiten a empresas y comunidades adaptarse a una participación coercitiva con fin de obtener ventajas sobre sus rivales. Además de lo mencionado anteriormente, también, se ha encontrado relación con el desarrollo turístico, permitiendo a las comunidades

preservar los recursos naturales y socioculturales para evitar la explotación y depredación del medio natural, contribuyendo a la preservación sostenible del recurso natural y cultural.

CAPÍTULO II. COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

La competitividad de los destinos ha sido un enfoque que se ha ocupado para conocer desde diferentes ángulos el grado de competencia entre destinos. En este capítulo se agrupan los principales referentes teóricos de la perspectiva de la competitividad de los destinos, desde su inducción filosófica como parte ontológica del hombre, pasando por la filosofía de la economía-política, hasta la deducción empírica moderna.

En la construcción teórica del enfoque se ha desarrollado los principales determinantes de la competitividad de los destinos turísticos, agrupados desde sus dos variantes teóricas que anteceden al constructo, esto es, desde la teoría de la ventaja comparativa y desde la teoría de la ventaja competitiva. En la primera, se agrupan los diferentes recursos que componen a un destino turístico. En la segunda, se hace alusión a las formas de gestión que se dan en el destino turístico.

Finalmente, se desarrolla una de diferentes formas de medir la competitividad de los destinos, la cual se denomina, prosperidad social de los destinos desde la perspectiva de los residentes.

2.1. Construcción de la competitividad

El término competitividad es un concepto que a primera vista parece fácil definirlo, sin embargo, cuando se trata de medirlo es cuando surgen las dificultades en la definición, debido a que el concepto es relativo y multidimensional (Ritchie & Crouch, 2003a). Es relativo por la categoría de tamaño en relación con algo superior o inferior. Es multidimensional por los diversos factores que surgen desde lo económico, social, ambiental y político. El término se ha utilizado en los discursos políticos-económicos para hacer referencia a la capacidad de mejora de los aparatos productivos, que permitan participar a un país en un sector dado en el comercio internacional, impactando directamente en la economía de dicho país (Crouch & Ritchie, 1999; Sanchez & Fajardo, 2008).

En el ámbito, práctico-profesional y académico, se ha utilizado para describir las características que hacen a una empresa, localidad o región más competitiva; usualmente el

concepto viene derivado de los aportes teóricos de la economía clásica, con el cuál explican la posición relativa de acuerdo con el precio del producto y bajos costos de producción. También dentro de las tipologías de competitividad, se encuentra la estructura del mercado que hace alusión al número de empresas que componen un sector productivo (Jiménez, 1995).

La competitividad nace como un concepto simple, en el cual existen pocos desacuerdos, aunque para la práctica es difícil definirlo (Crouch & Ritchie, 1999); diversos estudios han introducido y analizado el concepto de competitividad a pesar de las numerosas diferencias y perspectivas para definirlo; varias disciplinas revelan que la competitividad es un término basado en diferentes disciplinas como la economía, el marketing y la administración (Chen, Chen, Lee, & Tsai, 2016).

Según la Real Academia Española, la competitividad se define como la “capacidad de competir y la rivalidad para la consecución de un fin”, dicha definición se encuentra limitada en contexto; sin embargo, aún no existe una definición exacta, pero los académicos están abogando por definiciones más holísticas, adecuadas al ambiente empresarial, que hagan posible determinar la posición competitiva de una forma medible. La definición tendría que abarcar la naturaleza de la competencia en la organización, así como integrar la valoración de los clientes (precio-calidad); los valores de los accionistas (retorno-capital) y los valores de renta potenciales en relación a sus competidores que tratan de satisfacer la misma demanda (Feurer & Chaharbaghi, 1994).

Según Hatzichronoglou (1996), una de las principales dificultades en definir y medir la competitividad, se da solamente en dos principales niveles: a nivel nación (macro) y a nivel firma (micro) con diferentes objetivos. El objetivo de una nación es mantener y mejorar el estándar de vida de los ciudadanos, condición requerida por el sistema productivo para mantener saludable los factores que componen el sistema socioeconómico; en contraste, para la empresa, su objetivo es enfrentar con éxito la competencia internacional para obtener beneficios e incrementar sus cuotas de mercado, así como la participación en dicho mercado. La competitividad refleja la medida en que una nación, en un sistema de libre comercio y condiciones equitativas de mercado, puede producir bienes y servicios que superen la prueba

de los mercados internacionales, al tiempo que mantiene e incrementa el ingreso real de su pueblo a largo plazo (Hatzichronoglou, 1996).

En el contexto competitivo entre países, se han creado índices competitivos que siguen operando a través de las tasas de cambio real de diferentes monedas, de la productividad y de los costos unitarios de trabajo. Las definiciones que se derivan de esta perspectiva económica hacen alusión a tratar de mantener la posición competitiva en la producción sin importar otros factores que afectan dicha competencia entre países, la cual se da a nivel macro. También se ha estudiado la competitividad a nivel nacional (Arslan & Tathdil, 2012), donde las perspectivas competitivas son muy diferentes debido a la cantidad de mercados y recursos para obtener una posición relativa en el mercado internacional, esto podría tener sentido para el desempeño competitivo en actividades específicas. De esta forma, la construcción del objeto tiene implícitos algunos términos que se ocupan en la literatura académica de negocios, donde se llega a formar la base para desarrollar análisis estratégicos (Lall, 2001).

La competitividad desde el contexto económico internacional, es la competencia de las naciones para ganar participación en el mercado mundial, en la misma forma que las empresas lo hacen, así, una nación puede ceder frente a otra en la productividad o en la tecnología, ésta, afrontara el mismo tipo de crisis que una compañía al no poder igualar o bajar los costos de sus productos frente a sus rivales (Krugman, 1996, p. 17). Así, “la competitividad de la empresa puede ser medida por su precio relativo al de sus competidores, a las cuotas de mercado y el grado de rentabilidad sobre un periodo relevante de tiempo” (Yap, 2004, p. 2).

Llegar a una definición de competitividad en los niveles empresariales y nacionales o micro y macro, se requiere que dichos conceptos sean en estructura lógicamente compatibles. Para Chikán (2008) la competitividad en la empresa, se construye de diferentes términos como capacidad, considerada un rasgo potencial para hacer frente día a día en la operatividad de la empresa, el enfoque de la capacidad se refiere a poder competir en el mercado, sin que esto signifique ganar (Chikán, 2008).

La competitividad nacional para Chikán (2008, p. 7) se deriva también de la capacidad de operación, resultando en un incremento del bienestar de los ciudadanos.

De esta forma la competencia en la empresa y a nivel nacional, tienen una estructura homogénea, ambas con el objetivo de satisfacer necesidades en la dialéctica empresa-estado y consumidor-residente.

Según Scott y Lodge (1985) la competitividad nacional se define como la habilidad de un país para crear, producir y distribuir productos y/o servicios en un mercado internacional, y que las ganancias regresen a sus fuentes.

Para Enright (2005) y Wondowossen et al., (2014) existen dos perspectivas diferentes para explicar la competitividad. Primero, desde la perspectiva económica que tiene sus raíces en la teoría de la ventaja comparativa y se enfoca en el precio como el factor dominante de la competitividad internacional y por lo tanto, en el desempeño del comercio internacional. La segunda perspectiva visualiza a la competitividad como un concepto multidimensional, que depende de factores como la tecnología, la innovación, el capital, las capacidades humanas, los recursos, la política gubernamental y la organización (Enright, 2005; Wondowossen et al., 2014).

De acuerdo a Dimoska y Trimcev (2012, p. 281), la competitividad a nivel micro es un concepto multidimensional el cual depende de varios factores como la tecnología, capital, gestión y organización, políticas y capacidades de trabajo.

La competitividad en la industria es un factor básico que dota de las condiciones necesarias para el crecimiento y desarrollo económico en la empresa y a nivel nacional, así, “los países competitivos son aquellos con una alta capacidad de crecimiento económico en el mediano plazo, teniendo en cuenta su nivel inicial de ingreso (Porter, 2000, p. 5).

Otra definición es la de Newall (1992) que define competitividad como la capacidad de producir más y en la mejor calidad bienes y servicios que son comercializados exitosamente para los consumidores en casa y en el extranjero. Esto permite buenos salarios y la generación

de desarrollo que se requiere para proveer una adecuada infraestructura de servicios públicos y apoyo para hacer frente a las desventajas (Newall, 1992).

Otra forma de medir la competitividad en una nación, es a través del incremento en los índices generados de calidad de vida, de esta forma la competitividad, consiste en sostener y expandir la participación de los sectores en el mercado internacional (Sarmiento del Valle, 2008). Se podría argumentar que el objetivo final de la competitividad en la economía nacional es el balance en el comercio, donde la competitividad puede ser determinada por la habilidad de un país de vender más (exportación), que lo que compra (importación).

Además, se ha asociado la capacidad tecnológica como factor determinante de la competitividad, para Fagerberg (1996, p. 19) la competitividad internacional refleja la habilidad de un país para asegurar un estándar de vida alto para los ciudadanos y relativamente para los ciudadanos de otros países, ahora y en el futuro”.

Otra definición que hace énfasis en la venta de bienes y servicios como factores que mejoran la balanza de pagos, es dada por el Consejo de Asesores Económicos de la Casa Blanca en Washington, la define como la “habilidad de producir bienes y servicios que cumplan la prueba de competitividad internacional mientras los ciudadanos disfrutan un estándar de vida que se incrementa sosteniblemente” (Krugman, 1994, p. 31). En un mismo contexto Scott y Lodge (1985), definen la competitividad como el grado en el cual una nación puede producir bienes y servicios que conocen las pruebas de mercados internacionales mientras mantienen o expanden simultáneamente las entradas reales a sus ciudadanos.

Retomar la competitividad a través de un factor como es la productividad, es dar por hecho que mientras se mantenga un incremento en la productividad, el país será competitivo, y estará en la posibilidad de buscar mejores tasas de cambio, sin embargo, la cantidad producida queda a expensas de la tasa de crecimiento de la productividad doméstica y del consumo; por otro lado, la tasa relativa comparativa entre otros países con las mismas características logradas en los factores de producción, y desde esta perspectiva no se podría considerar que a través de la productividad se es competitivo (Krugman, 1994).

Ahora bien, como lo menciona Krugman existen índices que derivan de ciertas relaciones como la tasa de crecimiento en los estándares de vida que está determinada por el crecimiento en la tasa de productividad de los factores domésticos y no por la productividad relativa o la competencia en el mercado internacional (Krugman, 1994).

En el siglo XX, Michael Porter, desarrolla su modelo de competitividad con base en las 5 fuerzas competitivas, denominado el diamante de la competitividad. Menciona que la competitividad debe ser entendida como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, lucrativa o no, de obtener y mantener ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico. Además, afirma que la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital (Porter, 1990).

De esta forma, la competitividad es el resultado de la empresa o de la firma para acrecentar, en primer lugar, la participación en el mercado, en segundo lugar, mejorar los niveles de producción a través de la innovación tecnológica que se genere de esta competencia. En tercer lugar y debido a la innovación tecnológica, se deriva la reducción de costos, la rentabilidad económica que se genere por la mejora del producto y un mejor posicionamiento en el mercado del consumidor.

Según Porter, el diamante se encuentra estructurado por factores determinantes, los cuales se encuentran interrelacionados, es decir, cada factor interactúa de forma proporcional, derivando como consecuencia de estas relaciones el objetivo principal, ser competitivo. Los factores que lo componen son: Condiciones de los factores; Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa; Condiciones de la demanda; y Sectores de apoyo y conexos (Porter, 1990).

1. Las Condiciones de los factores se refiere a la cantidad de mano de obra especializada, así como, una infraestructura dada para competir en un sector dado.
2. Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa. Las condiciones vigentes en la nación respecto a cómo se crean, organizan y gestionan las empresas, así como, la rivalidad del sector productivo doméstico.

3. Condiciones de la demanda, se refiere a la naturaleza de la demanda interior de los productos o servicios del sector.
4. Sectores de apoyo y conexos, la presencia o ausencia de proveedores y sectores afines.

La estructura del Diamante de Porter es dinámica en su naturaleza, los factores propuestos permiten que la estructura en las empresas y sectores evolucionen significativamente a través de la innovación (Porter & Linde, 1995).

Si bien la estrategia competitiva, es una opción para competir en el mercado, también ocasiona que se generen clústeres empresariales o sectoriales, los cuales pueden aportar a la producción y consumo doméstico ingresos monetarios y evitar fugas de capital. Así, la competitividad en el nivel industrial surgirá desde la productividad superior incluso en términos de más bajo costo que sus rivales o dada por la habilidad de ofrecer productos con valor superior que justifiquen un precio más alto (Porter & Linde, 1995; Dimoska & Trimcev, 2012).

Por lo tanto, la ventaja competitiva descansa en la capacidad de innovación y en el mejoramiento que cambia las restricciones de mantener una eficiencia estática y restricciones de optimización. Dicha innovación permite reducir la contaminación en los sectores industriales y de esta forma permite la eficiencia en el uso de los recursos (Porter & Linde, 1995, p. 98).

La literatura teórica que desarrolla Porter (1990) con respecto al desarrollo y uso de la ventaja competitiva, ésta se da en diferentes niveles: micro y macro. Cada nivel se encuentra interrelacionado como factor para lograr la competitividad en el ámbito productivo. La empresa (nivel micro) es la unidad productora que consume las tres formas de capital, el financiero, el humano y el natural, y está asociada a la innovación tecnológica y de producción. En éste nivel, se pueden encontrar los parques industriales o núcleos productivos; esta asociación de firmas tiene en conjunto, un bien común; por un lado, la adquisición tecnológica, la disposición de productos y; por otro lado, la creación de una

ventaja competitiva basada en la asociación de diferentes firmas que consumen diferentes tipos de capital.

En otras palabras la alta capacidad productiva del sector industrial causa el crecimiento de la calidad de vida y de la prosperidad sostenible, así, dentro de una nación, el apoyo se dirige mayormente al sector productivo que genera condiciones económicas favorables a nivel micro y macro determinando con esto su competitividad (Kunst, 2009).

A nivel macro, se dan las condiciones necesarias del país en el impulso y apoyo a inversiones nacionales y extranjeras, en el desarrollo de políticas públicas, aranceles y liberación de impuestos que permiten competir a nivel industrial, como entre países, para mejorar la calidad de vida de los pobladores. A partir de esta perspectiva, se tienen distintos factores en diferentes contextos, por lo que llegar a un acuerdo sobre la conceptualización de la competitividad desde una perspectiva dada, será limitada por el marco de referencia (Bruneckiene et al., 2012; Chikán, 2008; Stanickova, 2015).

Además de las investigaciones llevadas a cabo por académicos, también se encuentran investigaciones llevadas a cabo por organismos internacionales los cuales al tratar de definir la competitividad han desarrollado una serie de determinantes con muchos indicadores establecidos para definir la competitividad a un nivel macro y micro, donde se relaciona la competitividad con el crecimiento productivo, definiendo esta como la habilidad de producir a bajos costos y alta calidad, por lo tanto, la competitividad se puede determinar por los bajos costos laborales y de capital, alta calidad del producto y los niveles de precio (Arslan & Tathdil, 2012). Los factores mencionados anteriormente funcionan en un sistema globalizado económicamente. Sin embargo, como lo menciona Arslan y Tathdil (2012), la competencia no debería ser vista sólo como la habilidad y capacidad productiva de un país, sino también englobar los niveles de competencia de la industria y la empresa, con el fin de fortalecer la ventaja comparativa de uno o varios productos.

Así la competitividad es vista en gran medida como una fuerza de análisis que permite desarrollar ventajas industriales y de producto, en comparación con otros sectores productivos. Esto permite que el libre mercado ayude en la mejora de los sectores productivos

de un país para hacerlos más rentables y competitivos (Newall, 1991; Scott & Lodge, 1985; Enright & Newton, 2004). Al mismo tiempo, la competitividad se ha convertido en un término popular que ha sido adoptado por la mayoría de países para referirse a los beneficios económicos derivados de la actividad productiva. Así el significado, su medición y relevancia han sido discutidas en diferentes disciplinas como la economía, política y gestión (Hong, 2008).

En el estudio del turismo se han vinculado diferentes modelos de competitividad para explicar que hace competitivo a un destino turístico en comparación con otros, uno de los modelos que se ha usado, es el diamante de Porter en diferentes investigaciones, sin embargo, el turismo es un fenómeno que además de compartir características económicas se compone de otros factores que no se pueden explicar a través de dicha perspectiva (Esen & Uyar, 2012; Özer, Latif, Sarıışık, & Ergün, 2012; Snieška & Bruneckiene, 2009). En este contexto surge el modelo de Competitividad de los Destinos Turísticos, desarrollado por Crouch y Ritchie, denominado el modelo de Calgary el cual se compone de factores de naturaleza cuantitativa y cualitativa.

2.2. Competitividad de los Destinos Turísticos (CDT)

El constructo epistemológico de la teoría de la competitividad de los destinos turísticos (CDT) deviene de dos teorías que en tiempo y espacio se aventajan casi un siglo de diferencia.

El modelo conceptual de la competitividad de los destinos turísticos desarrollado por Crouch y Ritchie (1999) denominado modelo de Calgary, es un modelo compuesto de una triangulación teórica, que surge de la teoría de la ventaja comparativa desarrollada por Adam Smith y David Ricardo, haciendo alusión a los recursos naturales, recursos heredados y recursos creados por el hombre, ya que son elementos únicos e irrepetibles. El otro modelo teórico ocupado que ayuda a construir la CDT, es el denominado Diamante de Porter que hace referencia a la teoría de la ventaja competitiva, desarrollada por Michael Porter (1990), que en el contexto del turismo se enfoca en la gestión de los recursos para hacerlos accesibles y atractivos para el turista. Además, el turismo que se ha desarrollado en los últimos años en

países en vías de desarrollo está vinculado con el alto valor de los recursos naturales y culturales (Brida, London, & Rojas, 2014).

El constructo de la CDT se desarrolló longitudinalmente a través de una serie de estudios exploratorios y descriptivos donde se analizan las relaciones que tienen ciertos conceptos como los recursos naturales, gestión de los destinos, recursos o factores de apoyo y, el macro y microambiente para atraer turistas. Estos factores sirven como determinantes de la CDT, y sirven para estructurar el modelo de Calgary que se desarrolla desde la perspectiva de la oferta (Crouch & Ritchie, 1999).

Los factores antes mencionados, fueron estudiados y validados en países desarrollados, donde la competencia es grande, y donde la gestión y desarrollo de imagen y creación de productos, se dan *ipso-facto* por innovación, desarrollo de políticas y estrategias para el sector de servicios turísticos, debido a las características fluctuantes del mercado en cuanto a preferencia, y el surgimiento de nuevos destinos, incrementándose la competencia para lograr un mejor posicionamiento en el mercado turístico (Faulkner, Oppermann, & Fredline, 1999; Ritchie & Crouch, 2003a).

La actual tendencia de estudios ha desarrollado investigaciones de enfoque cuantitativo que permiten comparar regiones o países para saber cuál es más competitivo; algunos académicos y organizaciones internacionales lo han manejado desde la derrama económica en el destino, el número de vuelos hacia el país, la calidad del servicio y la cantidad de lugares históricos, afiliados al programa Patrimonio Cultural de la Humanidad (Mazanec et al., 2007; Navickas & Malakauskaite, 2009).

Desde el punto de vista económico, se ha desarrollado una serie de modelos conceptuales-empíricos para comparar y evaluar la competitividad entre varias regiones y países (Kunst, 2009). La estructura de la competencia económica turística se construye a lo largo de dos niveles: países; y microempresa; ambos niveles se constituyen como instituciones, los cuales tienen objetivos diferentes. Por un lado, a nivel macro y de acuerdo con el modelo económico predominante, el Estado/Gobierno busca satisfacer las necesidades básicas de los ciudadanos, además de crear infraestructura con la cual puedan acceder empresas multinacionales que se

puedan establecer en el destino turístico y generen empleos en todos los sectores. Por el otro lado, a nivel microempresa, esta busca una participación activa y más amplia en el mercado de la oferta turística que le reditúe las suficientes ganancias para permanecer en el mercado (Bălan et al., 2009).

El incremento de la demanda turística y de viajeros, ha permitido a los países desarrollar estrategias que atraigan o incrementen el flujo de turistas, los cuales hacen uso directo de los servicios a lo largo de la ruta y en los destinos, reactivando algunos sectores debido a los efectos multiplicadores del turismo (Bălan et al., 2009; Chen et al., 2011; Imali & Long, 2012).

La competitividad de la industria turística se puede definir tomando en consideración desde un contexto macroeconómico al conjunto de elementos relacionados a las grandes dimensiones de la industria turística como el ambiente de negocios, infraestructura, recursos disponibles, leyes y reglamentaciones (Bălan et al., 2009).

La OECD define la competitividad de los destinos a través de una serie de elementos comunes (Bruneckiene et al., 2012, p. 7):

La competitividad turística para un destino es la completa habilidad de un lugar para optimizar sus atractivos para sus residentes y no residentes, entregar calidad, innovación y servicios turísticos atractivos para los consumidores y ganar mercados compartidos en los mercados domésticos y globales, mientras asegura que los recursos turísticos disponibles sean usados eficientemente y de una forma sostenible.

La definición anterior está construida por la ventaja comparativa y la ventaja competitiva; la primera ventaja, se constituye por el elemento principal que compone a un destino turístico: los atractivos y recursos turísticos (natural y/o cultural). La segunda ventaja, hace alusión a la forma de gestionar y obtener los mayores beneficios en las dimensiones sociales, ambientales, económicas, y desde el punto de vista de los no residentes, la satisfacción total.

Las definiciones generadas por diferentes académicos y organizaciones parten de principios económicos, posteriormente, se involucran las dimensiones sociales, ambientales

y, finalmente la satisfacción del turista; sin embargo, no existe una definición que sea totalmente aceptada por los grupos inteligibles que tienen por tema el turismo. En relación a lo mencionado anteriormente, Mazanec aborda la problemática de la competitividad de los destinos turísticos desde dos perspectivas: por un lado, la difícil tarea de construir una definición y por el otro lado, llegar a la explicación de la competitividad a través de la definición (Mazanec et al., 2007).

Si bien, se sabe que las definiciones están constituidas por conceptos y de acuerdo con la epistemología de la ciencia, el desarrollo de conceptos ayuda a comprender las partes del fenómeno observado y con esto llegar a un entendimiento y explicación de dicho fenómeno. En la literatura desarrollada de competitividad de los destinos, se han acumulado definiciones que parten de diferentes contextos y diferentes perspectivas, debido al carácter multifacético, tanto del turismo como de la competitividad, sin embargo, el avance que se ve en la explicación de la competitividad de los destinos, ha sido limitado a investigación aplicada y en algunos casos los modelos de competitividad llegan a un nivel explicativo con determinantes obtenidos de un nivel macro, pero que también, se pueden adaptar a regiones geográficas pequeñas (Mazanec et al., 2007).

Otras definiciones de competitividad la relacionan en un contexto completamente económico como la definición dada por Meng, quien define la competitividad a través de numerosas empresas establecidas y de nueva creación que participan en el mercado turístico, para crear una experiencia de calidad en los visitantes (Meng, 2006).

Vodeb (2012), enmarca a la CDT en la abundancia de atractivos turísticos en el área observada o lugar geográfico, es decir, lugares o regiones con atractivos aglomerados serán más capaces de atraer turistas y proveedores de servicios turísticos. Según Poon (1993), para ser competitivo, cada destino tiene que seguir cuatro principios clave: 1. Desarrollar el entorno o el medio; 2. Apoyar el sector turístico para posicionarlo en el país como el principal; 3. Fortalecer los canales de distribución en el mercado; 4. Construir un sector privado dinámico.

La competitividad de los destinos ha sido frecuentemente definida como las fortalezas o habilidades de un destino, para ofrecer tanto experiencias de calidad a los visitantes, como calidad de vida a la gente local, desarrollando ventajas sustentables y mercados compartidos (Kozak, Baloğlu, & Bahar, 2009); pero también es un concepto general que abarca las diferencias de precio junto con las tasas de cambio, los niveles de productividad de los componentes de la industria turística y los factores cualitativos que afectan los atractivos o el destino. Así, el concepto de competitividad de los destinos es basado ampliamente en muchos factores involucrados (Kayar & Kozak, 2010).

En el estudio de Vengesayi, se observa la necesidad de vincular la competitividad con los atractivos, como variables que se relacionan para lograr la competitividad de los destinos, y de esta relación se define la competitividad, como la habilidad de un destino de proveer beneficios sociales y físicos a la población del destino, así como también, de ofrecer experiencias satisfechas al turista (Vengesayi, 2003).

Para Krešić, una de las principales características del mercado turístico actual es el incremento en la competitividad entre los destinos turísticos y para mantener su posición en el mercado global es necesaria la continua innovación en productos y servicios turísticos en busca de nuevas ventajas comparativas; estas pueden asegurar un crecimiento sostenible del turismo y desarrollo del destino (Krešić, 2007).

Según Chen *et al.*, (2011) la competitividad del destino puede ser mejorada si se relacionan adecuadamente los recursos, los sitios de interés, la planeación estratégica adecuada y los esfuerzos en la mejora de estrategias competitivas de los destinos. Además, señalan que las firmas estratégicamente más avanzadas son también las más competitivas, mejorando así los niveles de rentabilidad (Chen et al., 2011), la relación de éxito o fracaso de un destino depende de las empresas turísticas y de servicios establecidas, las cuales son un factor clave en la atracción de turistas. De esta forma la competitividad de un destino señala las fortalezas y debilidades de un destino, comparado con otros, pudiendo incrementar las fortalezas a través del análisis de las estrategias de gestión, relacionadas con el aprovechamiento de los recursos del destino turístico (Wondowossen et al., 2014).

Para Hong (2008) la competitividad turística se define como: “la posición competitiva relativa (en términos de rentabilidad y crecimiento) de una industria turística de una nación en un mercado global, incluyendo a países desarrollados y en vías de desarrollo, los cuales podrían por lo tanto, incrementar las entradas reales de sus ciudadanos y mejorar su estándar de vida” (2008, p. 6). Un destino turístico puede ser competitivo cuando este tiene una posición comparativa superior en sus productos turísticos y calidad de servicio comparado con otros destinos que compiten por un mismo segmento de mercado derivando los beneficios a los residentes y turistas (Navickas & Malakauskaite, 2009).

Hong, define la competitividad como: “la habilidad de un destino de crear y ofrecer experiencias turísticas integrales, incluyendo valor agregado a bienes y servicios considerados importantes por los turistas” (Hong, 2009, p. 109).

En otro estudio en las islas de Kimen, la forma de medir la competitividad fue relacionarla con la percepción turística de los recursos y atracciones de los destinos, el desempeño del servicio y la satisfacción total del turista en el destino (Chen *et al.*, 2011).

Las definiciones recabadas de la revisión de literatura de la CDT han mostrado la complejidad de establecer un concepto que sea fácil de entender y esto se hace evidente cuando se trata de definirlo y medirlo como se asevera en las diferentes investigaciones (Crouch, 2007; Dwyer & Kim, 2003; Mazanec *et al.*, 2007; Ritchie & Crouch, 2003). Sin embargo, las diferentes definiciones aplicadas a los diferentes contextos han servido para explicar y evaluar en diferentes periodos de tiempo la CDT que se considera un concepto multidimensional.

La información que se presenta en los párrafos anteriores muestra la variabilidad de factores con los cuales se puede determinar la CDT, la cual fue recabada de los principales modelos de evaluación de la competitividad de los destinos que se dan en diferentes países. La diversidad de indicadores en diferentes estudios exhibe que la forma de medirla, puede variar de región en región, de acuerdo con el contexto.

También se ha visto que la competitividad está ligada implícitamente a las ventas que se hagan en un destino; la cantidad de visitantes que puedan atraer; la calidad en la experiencia subjetiva; rentabilidad a nivel micro y macro; todo esto relacionado con la prosperidad social y calidad de vida de los residentes; la preservación del medio ambiente natural y cultural (Eysteinnsson & Gudlaugsson, 2011; Osmankovic, Kenjic, & Zrnic, 2010; Wu et al., 2012).

Los diferentes estudios que se han hecho de competitividad de los destinos turísticos han manejado una serie de metodologías y teorías con base en las diferentes perspectivas académicas o profesionales para tratar de explicar la competitividad de los destinos. A continuación, se presenta la siguiente tabla de los estudios revisados en esta investigación para conocer las teorías y métodos aplicados en los diferentes estudios (Ver tabla 1).

Tabla 1
Teorías y metodologías para explicar la CDT

Referencia	Teoría usada	Metodología
Bálan, <i>et al.</i> (2009)	Índice de competitividad de viajes y turismo. Foro económico mundial	Cuantitativa
Betancourt <i>et al.</i> (2006)	Competitividad turística/ Método de lógica difusa	Cuantitativa
Bruneckiene <i>et al.</i> , (2012)	Índice de competitividad urbana de Lituania (cualitativo). Índice global de competitividad del Foro Económico Mundial (Cuantitativo)	Mixto
Chen <i>et al.</i> (2011)	Teoría de la Competitividad relacionada con la satisfacción pre y post, servicio de calidad	Cuantitativa
Cracolici et al. (2006)	Competitividad de los destinos turísticos (Modelo de Calgary)	Cuantitativa. Función de producción Estocástica y Análisis de datos envolventes.

Crouch y Ritchie (1999)	Teoría de La ventaja comparativa y teoría de la ventaja competitiva	Cualitativa en su primera etapa
Enright (2005)	Teoría de competitividad de los destinos turísticos	Cuantitativa
Ivanov y Webster (2013)	Índice de competitividad de viajes y turismo / índice KOF de globalización	Cuantitativa
Kozak <i>et al.</i> (2009)	Teoría de competitividad de los destinos/desarrollar un método para medir directamente la posición competitiva	Cuantitativa
Lai (2009)	Enfoque análisis de la importancia del desempeño	Cualitativo
Mazanec <i>et al.</i> (2007)	Modelo Monitor de competitividad del WTTC	Cuantitativa
Melián y García (2003)	Enfoque basado en los recursos	Cuantitativo
Sanchez y Fajardo (2008)	Teoría de respuesta al ítem	Cuantitativo
Stanickova (2015)	Enfoque índice Competitivo del País.	Cuantitativo
Webster y Ivanov (2014)	Marco regulatorio de viajes y turismo	Cuantitativa
Zhou <i>et al.</i> (2015)	Teoría de los recursos base	Cuantitativa Proceso híbrido analítico de jerarquía

Nota. Elaboración propia

Como se ha visto anteriormente el concepto de competitividad de los destinos es un concepto multifacético, multidimensional y relativo, que puede aplicarse a cualquier contexto turístico. Derivado de esto la definición que podemos adoptar para esta investigación es: la competitividad de un destino turístico es la capacidad y habilidad de los grupos interesados de gestionar los recursos naturales, culturales y heredados para ofrecer experiencias de

calidad a los turistas, incrementando al mismo tiempo la calidad de vida y el bienestar social de los residentes mientras se hacen sostenibles los factores culturales y naturales.

2.3. La competitividad de los destinos turísticos sostenibles (CDTS)

La agenda global para el cambio o también conocida como El Reporte Brundtland fue creado por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, perteneciente a la Secretaría General de las Naciones Unidas, con la finalidad de conocer las interconexiones entre el desarrollo económico y la degradación del medio ambiente en una escala global (Brundtland, 1987; Ellis, 1988).

El reporte propone que la causa principal de la degradación ambiental es la pobreza y la distribución desigual de la riqueza. Éstas se atribuyen a los países en vías de desarrollo, los cuales tienen que hacer uso de sus recursos naturales para ser vendidos como materia prima y poder obtener divisas extranjeras; además existe una distribución desigual de la riqueza debido a la alta concentración de capitales en dichos países (Ellis, 1988, p. 1308). Sin embargo, los países desarrollados han contribuido a la degradación ambiental por medio de emisiones de gases de efecto invernadero derivados de la industria, además de fomentar la extracción de minerales en países en vías de desarrollo los cuales generan contaminación de ríos, lagos y mares (Brundtland, 1987; Ellis, 1988).

Desde la perspectiva anterior, el desarrollo sostenible se conforma como un nuevo enfoque que busca reconciliar los intereses económicos, con el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas en su medio ambiente natural y social.

El desarrollo del turismo en nuestros días, ha cambiado la perspectiva de hacer prácticas y ha generado planes estratégicos para sus diferentes tipos de actividades que involucran la satisfacción del turista, así como, la mejora de las condiciones de vida de los residentes (Marzo-Navarro, Pedraja-Iglesias, & Vinzón, 2015).

En las últimas décadas se incorporó el enfoque sostenible al turismo, haciendo que ésta práctica requiera para su correcta operación, el diseño de políticas y participación ciudadana

para lograr un equilibrio en la práctica del turismo con el medio ambiente natural y socio-económico y cultural (Marzo-Navarro et al., 2015).

Existen diferentes modelos de competitividad aplicados a diferentes contextos, que han sido desarrollados con base a los modelos económicos de organizaciones internacionales y modelos surgidos de los estudios académicos en países desarrollados, como el modelo de Porter (1990); el modelo de Calgary (1999); el modelo Monitor de Competitividad (Navickas & Malakauskaite, 2009), para evaluar el grado o nivel de competencia que se da desde nivel de la empresa, destino o región y entre países como unidad de análisis.

Los modelos conceptuales de la competitividad se encuentran relacionados con el desarrollo del destino, actuando en diferentes niveles. Al respecto se ha manejado un amplio número de investigaciones donde el destino se convierte en la unidad de análisis, enfocándose a los diferentes temas relacionados al desarrollo sostenible del destino, el cual afecta a los actores que componen al destino y por consiguiente afecta la competitividad del destino, debido en parte a las estructuras económicas, políticas y sociales predominantes (Hauglan, Ness, Gronseth, & Aarstad, 2010). El desarrollo del turismo sostenible, tiene, en cierto sentido, el compromiso de reducir al mínimo los impactos de la industria turística en el ambiente natural y cultura local, mientras se generan empleos, ingresos económicos y se protegen los ecosistemas locales (Petrović-Randelović & Miletić, 2012).

La literatura señala que para llegar a desarrollar un destino turístico sostenible se tiene que tomar en cuenta un enfoque integrado de gestión. Algunos de los principios más importantes del turismo sostenible son: El turismo debería desarrollarse y monitorearse con la ayuda de la comunidad local; El turismo debería de brindar empleos de calidad a la población local y establecer vínculos con los negocios turísticos; Establecer un código de conducta en todos los niveles basados en los estándares internacionales; Desarrollar programas vocacionales y educativos para mejorar la inclusión en la industria turística, así como, el uso, preservación y cuidado de los recursos turísticos (Petrović-Randelović & Miletić, 2012, p. 85).

En el mismo contexto (Bălan et al., 2009), la competitividad se ha convertido en uno de los conceptos comúnmente aceptados para abordar y describir el desarrollo sostenible de la

actividad turística en todos sus elementos. Y aunque algunos modelos son aplicables a niveles más regionales, la mayoría (Crouch & Ritchie, 1999; Divisekera, 2003; Dwyer & Kim, 2003a; Ritchie & Crouch, 2003a), son de perspectivas macroeconómicas.

La competitividad se ha tratado de explicar a través de diferentes dimensiones, dando por hecho relaciones causales entre diferentes variables, una de ellas es la prosperidad social (Crouch & Ritchie, 1999) y sus indicadores calidad de vida y bienestar social (Muzaffer Uysal, Sirgy, Woo, & Kim, 2015), y otros más, con los beneficios económicos derivados de la demanda turística (Kayar & Kozak, 2010), lo anterior desde el lado de la oferta integrada en el destino. Por otro lado, la competitividad también se ha evaluado subjetivamente desde la perspectiva de satisfacción del turista con respecto a la calidad en los bienes y servicios del destino turístico y en la calidad de los recursos de atracción del destino (Abreu-novais, Ruhanen, & Arcodia, 2016; Rajaratnam, Munikrishnan, Sharif, & Nair, 2014; Vajčnerová, Žiaran, Ryglová, & Andráško, 2014). La literatura marca que un destino es sostenible mientras sea competitivo (Dwyer & Kim, 2003a; Ritchie & Crouch, 2003a). Sin embargo, para que un destino sea competitivamente sostenible en el mercado, no sólo se considera como importante la dimensión económica, sino también los factores que afectan lo social y principalmente el ambiente natural.

Las diferentes dimensiones de la sostenibilidad o también llamada en inglés *triple bottom line* son derivadas del enfoque del desarrollo sostenible y son resumidas en tres grandes líneas: la económica, la ambiental y la socio-cultural, cada una está interrelacionada para lograr la sostenibilidad (Dwyer, 2005).

La *dimensión económica* abarca la rentabilidad sostenida de una empresa a través de la venta de productos o servicios turísticos, la distribución económica para los residentes y la creación de empleos (Canavan, 2016; Cottrell, Vaske, & Roemer, 2013). Desde la perspectiva de Marzo-Navarro et al., (2015), la dimensión económica se relaciona principalmente con la satisfacción de las necesidades materiales, además menciona que el ingreso económico de alguna actividad, debería ser suficiente para cubrir todos los costos de

las acciones de seguridad para los turistas y mitigar los impactos causados por ésta actividad y pagar por los inconvenientes causados a la comunidad.

La dimensión ambiental se extiende hacia el cuidado, manejo, aprovechamiento y preservación de los recursos naturales y heredados a través de la gestión de los destinos. La gestión controla los impactos causados por la producción y consumo de los servicios turísticos (Marzo-Navarro et al., 2015; D. G. Pearce, 2015; Vajčnerová et al., 2014). Asegurar un ambiente natural preservado y bien aprovechado en un destino turístico es una condición del enfoque de la CDT, de esta forma asegura el mantenimiento, el éxito a largo plazo y la distribución justa de los ingresos para la comunidad para seguir conservando el ambiente natural sobre el cual se desarrolla el destino turístico (Abreu-novais et al., 2016; Ritchie & Crouch, 2003a).

El desarrollo del turismo en comunidades rurales necesita conocer y aplicar las normas, reglamentos y leyes que emanan de estatutos internacionales para promover el turismo sostenible en comunidades. Sin embargo, los intereses de la industria podrían entrar en conflicto con los objetivos del desarrollo sostenible en países en vías de desarrollo, donde la experiencia en el manejo de planeación, desarrollo y operación se encuentran lejos de la conducción sostenible del destino turístico, debido a los intereses preponderantemente económicos. De esta forma el uso sostenible de los recursos naturales y socioculturales genera viabilidad económica, ambiental y social, evitando la sobreexplotación del medio ambiente (Adeyinka-Ojo et al., 2014; A. F. Amir, Ghapar, Jamal, & Ahmad, 2015)

Por último, la dimensión socio-cultural preserva la identidad del pueblo incluidas las tradiciones, lengua y costumbres, evitando la transculturación de los residentes (Canavan, 2016). Esta dimensión se relaciona con la equidad, imparcialidad y desarrollo social y se refiere a la habilidad de una comunidad de absorber los impactos del turismo y continuar funcionando sin rupturas sociales. La capacidad de adaptación y resolución del residente a los problemas sociales y culturales causados por el turismo, toma en cuenta la habilidad de retener y adaptar sus elementos culturales a los cambios, prever y controlar los efectos dañinos, generar cambios en el comportamiento de los visitantes, estos elementos se pueden

considerar esenciales de la sostenibilidad cultural (A. F. Amir et al., 2015; Marzo-Navarro et al., 2015; Rahmawati, Supriharjo, Setiawan, & Pradinie, 2014).

Las perspectivas de medición del turismo se han enfocado principalmente en la dimensión económica, sin embargo, en el mercado turístico, los destinos exitosos son aquellos que logran incorporar las dimensiones ambientales y socioculturales además de la económica, las cuales al integrarse pueden generar una competitividad turística sostenible a largo plazo (Ruhanen, 2007).

La literatura señala un interés en el desarrollo del turismo sostenible como herramienta para la conservación de la naturaleza y de la preservación de las culturas autóctonas y es considerado una meta de los objetivos de la Organización Mundial de Turismo de Naciones Unidas, además, es una forma de incrementar la competitividad de un destino turístico (Bálan et al., 2009; Hassan, 2000; UNWTO, 2015).

Así (Berke, Ericksen, & Crawford, 2002), los planeadores y las comunidades deberían visualizar y determinar el alcance y características del desarrollo futuro de las necesidades o modas que vayan surgiendo. Asegurando a través de políticas, satisfacer las necesidades de los residentes y turistas, fortaleciendo a las comunidades para que sean capaces de reproducirse, readaptarse y revitalizarse (Berke et al., 2002; Njoroge, 2014; Rahmawati et al., 2014).

En la misma línea de estudio (Chin et al., 2014) pero en un contexto rural, el desarrollo del turismo sostenible contribuye altamente a obtener una mejor posición competitiva entre sus rivales rurales. Los determinantes de la competitividad en el contexto rural son dados por Chin et al., (2014), y se examina el impacto de los componentes multi-ambientales hacia el desarrollo de la competitividad del destino desde la perspectiva comunitaria. Los componentes que se agrupan en el constructo ambiental son: conservación ambiental, educación ambiental, atracciones de herencia cultural, infraestructura turística y recursos naturales (Chin et al., 2014, p. 35).

Estudios recientes (Campón-Cerro et al., 2016), han buscado la forma de mejorar sosteniblemente la competitividad de los destinos turísticos rurales a través de la lealtad de los turistas y se ha manejado esta variable como un determinante más del constructo competitividad de los destinos.

Desde la perspectiva de Campón-Cerro et al., (2016) los destinos turísticos rurales han ido surgiendo hasta consolidarse en una marca propia. Especialmente a través de un decline en la demanda en los destinos tradicionales de sol y playa. Mencionando que éstos últimos, se encuentran en una etapa madura en la cual se percibe un estancamiento turístico en los flujos de este producto. La referencia en el incremento del desarrollo turístico rural, se encuentra marcada por la demanda de este tipo de turismo y por el apoyo de instituciones las cuales buscaron apoyar el factor socio-económico de las zonas rurales debido a la descapitalización vivida en el contexto de la agricultura, las cuales buscan crear medios alternativos para fortalecer su economía base (S. Amir et al., 2015; Park, Lee, Choi, & Yoon, 2012).

Campón-Cerro et al., (2016) mencionan que, de acuerdo con la literatura y planes de apoyo y desarrollo económico, el turismo se ha convertido en un nuevo factor para el desarrollo rural, contribuyendo a la mejor distribución espacial y temporal de los ingresos de residentes, mejorando su calidad de vida, infraestructura y generando empleos. Sin embargo, los residentes y empresas locales, enfrentan retos de capacitación debido a su nula preparación al brindar un servicio turístico, esto por un lado y, por el otro lado, la demanda al no ser constante durante todo el año se hace indispensable contar con el desarrollo de estrategias de gestión (Campón-Cerro et al., 2016; Ingelmo, 2013; Job & Paesler, 2013)

Los problemas que encaran los destinos turísticos comunitarios-rurales, son en el ámbito competitivo, dado que las tendencias globales de la oferta de productos turísticos se están incrementando, haciendo difícil la diferenciación entre estos destinos rurales. Por lo tanto, se busca entender el impacto que tiene el marketing de destinos para ganar posicionamiento competitivo y la forma de atraer turistas desde estrategias sostenibles (Adeyinka-Ojo et al., 2014; Mistilis & Daniele, 2005)

El desarrollo de estrategias elaboradas por los gestores deben estar basadas en las características y factores que contribuyen a la lealtad del destino, para facilitar la sostenibilidad a largo plazo y generar ventajas competitivas sostenibles (Campón-Cerro et al., 2016). El turismo rural fomenta la mejora de condiciones endógenas desde que éste, busca lograr desarrollo rural integral que se complementa con las actividades llevadas en el contexto de la agricultura, conservando y tomando ventaja de sus recursos regionales. También mencionan que la implementación de políticas turísticas sostenibles requiere la participación del gobierno y la industria privada (A. F. Amir et al., 2015; Haven-Tang & Jones, 2012; Prabhakaran et al., 2014; UNESCO, 2009).

La literatura señala que la CDT se puede medir a través de las dimensiones antes mencionadas, en este mismo contexto, se menciona que la competitividad (Gilmore, Cook, Mentzer, & Duncan, 2008) determina el desarrollo sostenible en un destino turístico (Balkyte & Tvaronavičiene, 2010; Ritchie & Crouch, 2003; Wondowossen *et al.*, 2014). Por su parte, Ruhanen menciona que los estudios de CDT tradicionalmente se describían en el contexto económico; sin embargo, surge el enfoque *triple-bottom line (TBL)*, que ejerce presión en los ámbitos públicos y privados, he incrementa la presión en los gestores de planeación, para que consideren el diseño de un enfoque de gestión sustentable del ambiente y de los recursos sociales del destino (Ruhanen, 2007, p. 133). Además desde la perspectiva de Dwyer (2005), el enfoque TBL se considera el factor que puede lograr una mayor comprensión e integración de las operaciones económicas, ambientales y socio-culturales derivadas de la planeación, mecanismos de reporte y toma de decisiones para la empresas públicas y privadas. Argumentando que a través de este enfoque se puede llegar a la integración de los factores que componen a un destino turístico para llevarlo a ser sostenible.

Para Ruhanen (2007, p. 136), la relación entre la competitividad y lo sostenible se da a través de una relación tácita, al respecto menciona que “una buena razón para sumar el concepto desarrollo sostenible al de competitividad de los destinos, es que la sostenibilidad está en las agendas políticas de muchos países”. Sin embargo, cuando se trata de planeación de un destino turístico se debe de adoptar el enfoque sostenible como una opción de satisfacer las necesidades de los grupos de interés incluyendo los residentes y los turistas, además de

hacerlo económicamente viable para preservar los recursos naturales y los recursos socio-culturales (Ruhanen, 2007, p. 136).

Existe, además, una relación del turismo con los recursos naturales y culturales heredados, manejados como el atractivo base, el cual se vincula con la vitalidad económica de las comunidades. Así, el turismo sostenible gestionado propiamente, provee el incentivo económico para preservar los recursos naturales y evitar el uso intensivo y extensivo de estas áreas en ambientes rurales por parte del turismo y de actividades agro-pastoriles (Catalino & Lizardo, 2004; Hassan, 2000). Es de vital importancia el apoyo de la comunidad local en el desarrollo turístico sostenible y en la preservación de los recursos naturales y culturales, desde esta perspectiva, las actitudes que puedan tener los residentes de los destinos con potencial turístico hacia la aplicación de éste, determinara el éxito o fracaso del desarrollo turístico sostenible (Chin et al., 2014).

Para Hassan (2000), los recursos base como los recursos naturales, recursos culturales y recursos heredados, infraestructura turística y normas, construyen la ventaja comparativa para atraer turistas, pero para llevar un destino hacia lo sostenible en el tiempo, se necesita una correcta gestión y cambiar la visión de la ventaja comparativa, a la gestión competitiva y así captar nuevos segmentos del mercado de turismo con una orientación hacia el cuidado del medioambiente. Por tanto, obtener una posición competitiva para un destino turístico en el mercado necesitara responder a los nuevos retos y cambios en la demanda. Las múltiples instituciones que llegan a conformar al destino turístico, involucradas en crear y sostener un destino turístico, señalan la necesidad de un nuevo modelo que examine las diferentes articulaciones, necesarias para la cooperación, la planeación y desarrollo de la competitividad futura (Ruhanen, 2007).

Llegar a concretar el desarrollo sostenible en un destino cualquiera, sólo sucede cuando la calidad del medio natural y la calidad de vida pueden ser sostenidos indefinidamente (Hassan, 2000, p. 240). Los grandes destinos están buscando estrategias y técnicas de desarrollo sostenibles para asegurar la preservación de los recursos para las futuras generaciones. Desde este punto de vista se hace necesario mirar con diferente perspectiva los

retos ambientales y manejarlos como oportunidades de crecimiento en el uso eficiente de los recursos naturales, culturales y humanos (Balkyte & Tvaronavičiene, 2010).

El proceso de construcción de la competitividad y el desarrollo sostenible requiere definiciones e interpretaciones adecuadas con análisis cualitativos y cuantitativos, y se señala en la literatura, que la sostenibilidad ambiental debería ser una relación estable entre las actividades humanas y el medio natural (Fritz & Koch, 2014; Marzo-Navarro et al., 2015). De esta forma, el enfoque sostenible debe permear del ámbito académico, al ámbito práctico en las empresas de inversión extranjera y en empresas individuales que surgen en el destino, ya que estas empresas juegan un papel relevante para alcanzar las metas del desarrollo sostenible (Dwyer, 2005).

El correcto uso de la competitividad regional crea recursos que permiten mejorar el estándar de vida y el bienestar social a través de la inversión en salud, educación, infraestructura de acceso y otras áreas que mejoran la prosperidad de vida. (Balkyte & Tvaronavičiene, 2010; Boukas & Ziakas, 2016; Crouch & Ritchie, 1999).

Para las Naciones Unidas el desarrollo de turismo se le ha considerado como un factor que contribuye al crecimiento económico y al desarrollo sostenible además de integrar la dimensión de reducción de la pobreza en la medición de la competitividad turística sostenible. Mencionan que existe contribución potencial si se maneja correctamente a través del desarrollo de una agenda de políticas que apoyen íntegramente en el desarrollo de eslabones y cadenas de valor, generadas dentro o en la periferia del destino (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, 14 y 15 de marzo de 2013).

De esta forma los eslabonamientos que se puedan generar en la industria turística con otros sectores favorecen la distribución de los ingresos generados por las entradas de los turistas (Osmankovic et al., 2010). No obstante, se conoce que los ingresos derivados de la actividad turística son repatriados a los países originarios de las empresas transnacionales, lo que ocasiona pérdidas en el destino y, por lo tanto, los efectos multiplicadores que pueda tener el turismo se ven disminuidos (Buckley, 2009; Montaña Armendáriz et al., n.d.).

La ONU, maneja una serie de indicadores que pueden aplicarse en el turismo para hacer al destino competitivo y sostenible a la vez, dichos indicadores son creación de una agenda política para el turismo sostenible, agrupamientos, eslabonamientos con proveedores locales de bienes y servicios, desarrollo de las capacidades y los recursos humanos, acceso a la financiación y la inversión, creación de un marco institucional y la integración del turismo en las políticas nacionales, promoción y comercialización, y la protección y conservación del patrimonio cultural (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, 14 y 15 de marzo de 2013). Dicha competitividad fortalece los beneficios socioculturales, ambientales y económicos para las actuales y futuras generaciones de los residentes y los visitantes (Wondowossen et al., 2014). Por el contrario, si un destino no es operado con una base sostenible, no se puede esperar que éste sea competitivo a largo plazo (Osmankovic et al., 2010).

2.4. Determinantes conceptuales de la competitividad de los destinos turísticos

El éxito de los destinos turísticos en el mercado mundial se encuentra determinado o definido por diferentes factores interrelacionados. Por un lado, los factores que afectan al establecimiento de la ventaja comparativa en un destino turístico no son establecidos rigurosamente como un conjunto de recursos naturales, culturales o ambientales, sin embargo, éstos actúan como el atractivo principal del destino. Por el otro lado, los factores que afectan la ventaja competitiva se encuentran relacionados en la gestión de los destinos turísticos, de esta forma, la gestión busca la manera de hacer llegar la imagen del destino al mercado meta, y es sólo a través de la gestión de un destino que éste se puede considerar, desde el punto de vista del turista, una alternativa superior en comparación a otros, para sus visitantes potenciales (Armenski & Marković, 2011).

Los resultados de aplicar el enfoque de la competitividad a los destinos turísticos se manifiestan en diferentes perspectivas como la satisfacción de los turistas y residentes con respecto a las formas de percibir desde cada contexto el desarrollo del turismo. Estos resultados se dan de la interacción de los recursos de los destinos turísticos entre las estrategias de gestión, y a través de estos análisis se puede determinar las debilidades y

fortalezas del destino en orden de mejorar la imagen y sus componentes físicos con los cuales interactúan tanto el turista como el residente. El estudio de Armenski y Marković (2011, p. 57) sostiene que la posición competitiva de un destino turístico en el mercado, depende de la calidad en la gestión de los recursos del destino.

El modelo desarrollado por Armenski y Gomezelj (2009), está basado en el modelo denominado “Modelo Integrado de Competitividad del Destino” creado por Dwyer y Kim (2003), y agrupa los determinantes en dos grupos diferentes que se interrelacionan, así, en el primer cuadro se encuentran los recursos heredados (naturales y culturales), los recursos creados (infraestructura turística, eventos, entretenimiento), y los recursos de apoyo (Infraestructura general, calidad, accesibilidad). En la segunda caja se agrupan las condiciones situacionales (localización, salud y sentirse seguro, dimensiones políticas), gestión del destino, y las condiciones de la demanda (conocimiento, percepción, preferencias) (Armenski & Gomezelj, 2011, p. 60).

En el estudio llevado a cabo por Balan et al., (2009) se menciona otros factores que pueden servir para analizar al destino turístico desde su localización geográfica, las condiciones ambientales y físicas, las situaciones demográficas, las atracciones turísticas existentes, la imagen percibida y la imagen asociada con los recursos turísticos naturales, culturales, actividades, servicio dentro del destino e infraestructura turística.

El conjunto de indicadores de la competitividad se basa en el modelo de Calgary (Crouch & Ritchie, 1999; Ritchie & Crouch, 2003a). La naturaleza del modelo permite medirlos a través de diferentes enfoques que para efectos de esta investigación se hace una reestructuración del modelo de Calgary para los destinos turísticos comunitarios y poder aplicar el instrumento con indicadores que sean observados en el destino turístico comunitario.

2.4.1. Recursos de los destinos turísticos (RDT)

Como se vio anteriormente en el apartado de la CDT, los recursos naturales, culturales y heredados, con los que cuenta un destino para producir algún bien o servicio se enmarcan en el enfoque de la ventaja comparativa (Crouch & Ritchie, 1999) y se les denomina teóricamente recursos turísticos o también llamados atributos de los destinos turísticos, que representan a un conjunto de diferentes elementos lo suficientemente atractivos para generar la visita de viajeros y turistas a un destino (J. H. Kim, 2014; Mihalic, 2013).

Estos recursos o atributos se consideran como el principal factor de atracción que tiene el destino y según Crouch y Ritchie (1999) son factores que se pueden enmarcar en recursos renovables y recursos no renovables.

En los recursos renovables se pueden encontrar elementos que se pueden aprovechar de una forma más intensiva siempre y cuando se respeten los ciclos de acceso y de no uso del recurso. En esta categoría también entran los recursos creados por el hombre los cuales pueden ser modificados con el tiempo o de acuerdo con los planes de desarrollo que se tengan en el destino. Los recursos no renovables son los que ocurren de una forma natural. Estos recursos al ser únicos pueden llegar a ser inimitables, irremplazables, valorados altamente en el mercado turístico, además de ser elementos que componen la ventaja comparativa del constructo de la CDT (Crouch & Ritchie, 1999).

La buena calidad, aprovechamiento y cuidado del recurso se convierte en un factor crítico para lograr la CDT a largo plazo. De esta forma, las estrategias deben abarcar educación y capacitación de los recursos humanos, estrategias de protección de los recursos naturales, dispersión del recurso del conocimiento, construcción y mantenimiento de infraestructura y superestructura que apoye el desarrollo de una forma sostenible en el destino turístico (Crouch & Ritchie, 1999; Ritchie & Crouch, 2003a).

La ventaja comparativa entonces se puede basar en los recursos naturales, no obstante, éstos necesitan crear valor agregado que los dote de ventaja competitiva en el mercado del turismo (Crouch & Ritchie, 1999; Ritchie & Crouch, 2003a). El valor agregado crea infraestructura y superestructura, las cuales ocasionan crecimiento económico. De esta forma

el valor agregado generado hacia el acceso en los recursos turísticos se maneja como un elemento base para la prosperidad de las naciones.

Sin embargo, Crouch y Ritchie (1999), mencionan que en la generación del valor agregado se crean externalidades en el turismo como la contaminación ambiental, explotación de áreas escénicas, fragmentación social, dispersión de enfermedades, invasión del hábitat de vida salvaje y creación de guetos turísticos. Adicionalmente la falta de atributos físicos naturales, culturales o de infraestructura en un destino hace difícil competir contra aquellos que tienen abundancia de recursos turísticos (Chen et al., 2016).

En un contexto similar, Kim (2014), analiza en su estudio cómo los atributos del destino crean una experiencia turística memorable, la cual se encuentra relacionada con cada dimensión del factor recursos turísticos o atractivos del destino, es decir, la infraestructura, la accesibilidad, la cultura local e historia, la fisiografía del lugar, las actividades y eventos, la gestión del destino, la calidad del servicio, la hospitalidad, el lugar en conjunto y la superestructura, se ven afectados en la percepción del turista debido a la calidad de éstos en su relación con la experiencia turística memorable (Kim, 2014). De esta forma, construye un vínculo entre los atributos específicos del destino y la experiencia memorable.

Los recursos o atributos turísticos son elementos que no son simplemente un conjunto de atractivos físicos naturales o atractivos culturales tangibles e intangibles, sino que, necesitan de la gestión del destino para ser atractivos a los turistas, estos factores en conjunto, generan la imagen, creando expectativas en el turista que ayudan a decidir el criterio de visitar y permanecer en un destino (Chen et al., 2016).

La forma de medir la imagen del destino según Crompton (1979), es la suma de creencia, ideas y expresiones que una persona tiene de un destino, esta imagen afecta significativamente el comportamiento del turista.

Un aspecto importante que se menciona en la literatura es señalar que la calidad de los recursos turísticos son parte importante de la calidad de un destino (Chen et al., 2016), estos recursos cuando son preservados se convierten en la ventaja competitiva sostenible (Ritchie

& Crouch, 2003a). Los recursos naturales se han convertido en la parte integral para el desarrollo de un destino y su consecuente gestión le permite ser competitivo en el mercado turístico (Mihalic, 2013).

Mihalič (2014), hace una gran distinción al agrupar los recursos turísticos (ver tabla 2) de diferentes investigaciones en dos grandes grupos con dos subgrupos cada uno, al primero lo denomina: Recursos del Ambiente Turístico (Tourism Enviromental Resources TENV), y estos a su vez son catalogados en Naturales; Culturales y Sociales. El otro grupo lo denomina Recursos Turísticos Creados (Tourism-Created Resources TCRE), en el cual coloca la Infraestructura y Superestructura turística (Mihalič, 2014).

Tabla 2
Dimensiones de recursos de los destinos turísticos

Recursos del Ambiente Turístico		Recursos Turísticos Creados	
Naturales	Culturales y sociales	Infraestructura turística	Superestructura turística
Topografía general Paisajes naturales, flora y fauna, playas, montañas, ríos, lagos, mares, océanos, cascadas, Clima, sol, nieves, viento...	Música, tradiciones, gastronomía, artes tradicionales y artesanías, historia, atracciones arquitectónicas, ropa tradicional, lenguaje, hospitalidad, amistosos, Apertura, religiosos, seguridad...	Facilidades de hospedaje, facilidades de comida y bebidas, facilidades para deportes, parques temáticos, museos, resorts de salud, spas, casinos, módulos de información...	Servicios de hospedaje, servicios de comida y bebidas, servicios de entretenimiento (bares, discos, vida nocturna, clubes de baile), teatros, galerías y cines, servicios de salud para los visitantes, eventos, almacenes de ropa, guías turísticos, programas para visitantes, otros servicios turísticos.

Nota. Elaboración propia con datos de Mihalič 2014, p. 618.

En el estudio desarrollado por Dwyer et al., (2004) catalogan en la dimensión recursos basados en la naturaleza con 25 indicadores que, desde la perspectiva global para un modelo

de competitividad general, cubre en su mayoría los elementos de la dimensión, estos se desglosan en la siguiente tabla.

Tabla 3
Recursos de los destinos.

Actividades acuáticas,	Limpieza del destino,
Naturaleza virgen,	Accesibilidad en áreas naturales
Actividades de aventura,	Facilidades para práctica de deportes,
Desarrollo turístico integrado con el desarrollo de la industria,	Facilidades medicas de salud para turistas,
Flora y fauna,	Valor de moneda en hospedaje,
Actividades basadas en naturaleza	Hospedaje (variedad y calidad)
Parques nacionales, reservas naturales,	Eventos especiales/festivales
Facilidades de recreación	Entretenimiento (galerías, teatro)
Clima atractivo para el turismo	Facilidades para convenciones (capacidad y calidad),
Paisajes o escenarios naturales	Transportación turística local (eficiencia y calidad)
Información y guías turísticos (locales)	Variedad gastronómica o culinaria
Instituciones financieras, casas de cambio	Seguridad física y sentimiento de seguridad
Facilidades de servicio de comida	Sitios históricos y heredados
Artes tradicionales	Recintos culturales
Características artísticas y arquitectónicas	

Nota. Elaboración propia con datos de Dwyer et al., 2004.

2.4.2. Gestión de los destinos turísticos (GDTU)

La GDTU es un tema que en su origen se enfocaba en el desarrollo de la marca y en el posicionamiento de ésta en el mercado turístico, algunos académicos la denominan Organización de Gestión del Destino (DMOs, Destination Management Organisations, por sus siglas en inglés), la cual se ha expandido a otras áreas para consolidarse en un enfoque

holístico que incluye la toma de decisiones en diferentes niveles para asegurar la comercialización del producto turístico (Osmankovic et al., 2010)

La gestión de los destinos turísticos es considerado un factor clave en la competitividad de los destinos turísticos (Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer & Kim, 2003a), a través de la GDT se logra generar cambios a favor de las comunidades turísticas. En el estudio desarrollado por Dwyer et al., (2004), menciona que los factores de gestión son aquellos factores que fortalecen el atractivo o recursos base, fortalecen la calidad y efectividad de los factores de apoyo. Sus indicadores los cataloga como: actividades de las Organizaciones de gestión del destino, Gestión de marketing del destino, Políticas del destino, Planeación y desarrollo, Desarrollo de recursos humanos y Gestión del ambiente natural.

La GDT es frecuentemente la que aboga por la planeación turística de una forma holística. Ésta asegura la mitigación de impactos negativos al ambiente y a las comunidades locales. Algunos impactos positivos del turismo se relacionan con la gestión (Liu et al., 2015), los cuales incluyen beneficios económicos, oportunidades de empleo, incremento de la calidad de vida, amenidades y facilidades de acceso turístico y calidad de los servicios turísticos entre otros (UNESCO, 2009). Los impactos negativos se pueden asociar a la nula o mala gestión de los grupos de interés, además de impedir condiciones favorables para el desarrollo social y de productos turísticos (S. Amir et al., 2015)

En países de economías desarrolladas las Organizaciones de gestión de los destinos, se considera que puede ser la mejor herramienta para facilitar el dialogo entre el sector público y privado y otros grupos de interés (residentes o dueños de tierras) que de otra forma nunca colaborarían, para entender como la toma de decisiones en conjunto puede generar una cadena de valor turística (Stange & Brown, 2005).

Los grupos académicos dedicados al estudio del turismo señalan que la mayoría de las comunidades rurales o sub-urbanizadas son motivadas para ingresar al desarrollo del turismo debido principalmente a los beneficios económicos (Dimoska & Trimcev, 2012; Webster & Ivanov, 2014), aunque también existen casos documentados sobre todo en la experiencia del ecoturismo donde las comunidades son privadas del acceso y aprovechamiento de los

recursos naturales y son obligadas a adoptar prácticas turísticas (Hashim, Latif, Merican, & Zamhury, 2015) sostenibles en favor del medio ambiente natural.

Por lo anterior la GDT se ha complementado del enfoque de gestión sostenible el cual debería ser llevado a cabo, aplicado y vigilado por los grupos de interés inmediatos que componen el destino turístico para asegurar el desarrollo exitoso de los destinos y obtener una ventaja competitiva (Ch, Lo, & Ramayah, 2016).

Los indicadores desarrollados por Dwyer et al., (2014) de la dimensión Gestión de los destinos se presentan en el siguiente cuadro.

Tabla 4
Dimensiones de gestión de los destinos

Desarrollo turístico responsable para las necesidades comunitarias	Calidad de investigación en el turismo
Desarrollo turístico responsable para las necesidades turistas	Programa de desarrollo de hospedaje para residentes
Nivel de cooperación de empresas en el destino	Empresas turísticas con negocios éticos
Cualidades empresariales de negocios turísticos locales	Cooperación entre el sector público y privado
Acceso a capital de riesgo	Destino con política clara en turismo social
Visión del destino que refleje los valores de los stakeholders	Capacitación turística para los residentes
Inversión foránea en el destino	Comunicación entre turistas y residentes
Ambiente de inversión para desarrollo turístico	Enlaces del destino con los principales mercados de origen
Generación de experiencias del destino para visitantes	Ajuste entre los productos del destino y las preferencias de los consumidores
Empresas de turismo que garantizan la satisfacción de los visitantes	Conocimiento internacional del producto del destino
Valor por el dinero en las experiencias de destino	Sensibilidad de la industria turística a las necesidades del visitante
Apoyo de los residentes para el desarrollo del turismo	Reconocimiento del sector privado de la importancia del turismo "sostenible"
	Enlaces entre el destino y el comercio de viajes

Imagen de destino general	Reconocimiento del sector público al turismo "sostenible"
NTO reputación para atraer la visita Gama / calidad de programas de entrenamiento	Sensibilización internacional del destino
Capacidades de los encargados	Apoyo de la comunidad para eventos especiales
Compromiso del sector privado con la educación y la formación	Actitudes de los residentes hacia los visitantes

Nota. Elaboración propia con datos de Dwyer et al., 2014, p. 5.

Los indicadores de la gestión de los destinos proporcionados por Dwyer et al., (2014), recaen en un marco contextual de un destino globalizado. De aquí parte la importancia del carácter adaptativo del enfoque CDTS, ya que de acuerdo a lo expuesto en la literatura, la competencia entre destinos va desde lo micro (empresa, destino rural) hasta la competencia macro (regiones o países) encontrando posibilidades de réplica de los diferentes modelos de la CDTS, pero también, con la posibilidad de integrar nuevos componentes observados o excluir algunos que no sean observados (Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer & Kim, 2003b; Mihalič, 2000).

En países desarrollados la gestión de un destino se encuentra a cargo de organizaciones de gestión del destino y de organizaciones de marketing del destino y éstas son el resultado de buscar tener una participación amplia en el mercado mundial del turismo. La GDT trabaja para incrementar el flujo de turistas en un destino, la competencia entre destinos es fuerte y éste necesita de una gestión exitosa. La GDT tiene toda la información necesaria para integrar y coordinar todas las actividades logísticas y operativas que no sólo apoyen a la gestión, sino que construya la imagen y marca del destino, promoviendo y comunicando éste en el mercado. Su objetivo es promover un destino turístico sostenible (Genç, 2014).

Para Genç (2014), del discurso del desarrollo sostenible es el principal elemento que busca reconciliar el desarrollo económico con la creciente necesidad de protección ambiental y en su estudio propone cuatro formas de interpretar el turismo en el contexto del desarrollo sostenible. El primero, es visto como sostenibilidad económica del turismo; el segundo desde

un punto de vista ecológico enfatizando la necesidad de un turismo ecológicamente sostenible; el tercero, desde un punto de vista viable a largo plazo del turismo reconociendo la competitividad de los destinos; el cuarto, desde un punto de vista que acepta el turismo como una estrategia para el desarrollo sostenible a través de los ambientes físicos y humanos (Genç, 2014). La injerencia de la GDT en cualquiera de los supuestos desarrollados por Genç (2014), es de vital importancia ya que esta puede brindar una condición superior en el ambiente natural del destino en comparación con otros, lo que implica mantener una condición de calidad que dote al destino de una ventaja competitiva (Huybers & Bennett, 2003), de esta forma se espera que el medio ambiente de calidad sea un importante estimulador de atracción de la demanda.

2.5. Dimensiones de la Competitividad de los Destinos Turísticos

La competitividad de los destinos se ha contextualizado en diferentes niveles, pero donde se han hecho mayores aportes es a nivel país y a nivel empresa o firma. Los trabajos que se han desarrollado a nivel país son organizados por instituciones internacionales como el Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés); la Organización Económica de Comercio y Desarrollo (OECD); la Organización Mundial de Turismo de Naciones Unidas (UNWTO, 2017); los cuales han desarrollado una serie de indicadores para medir diversos aspectos de la competitividad, que sean de ayuda al desarrollo de políticas y estrategias por los diferentes gobiernos, es decir, llegar a una estandarización de indicadores para facilitar la comparación y establecer rangos de posición competitiva en el mercado (Dupeyras & Maccallum, 2013).

Así, la forma de medir la competitividad turística recae en 4 formas: indicadores que miden el desempeño e impactos del turismo; indicadores que monitorean la habilidad de un destino para brindar calidad y servicios turísticos competitivos; indicadores que monitorean los atractivos de un destino e indicadores que describen políticas de respuesta y oportunidades económicas (Dupeyras & Maccallum, 2013).

Relacionado con las formas de medir la competitividad, el trabajo de la OECD ha señalado que la perspectiva multidimensional de la competitividad actualmente no tiene una medición

y monitoreo adecuado, una de las razones es la dificultad de identificar índices base a nivel nación, para medir y monitorear lo que recae en la amplitud del concepto, y como se ha visto, los datos reales del gasto turístico (Dupeyras & Maccallum, 2013).

La medición de la competitividad en su contexto regional o domestico se puede medir de diferentes formas: al analizar uno o muchos factores competitivos; usando modelos teóricos de competitividad; y creando índices compuestos entre otros. Para poder identificar factores competitivos, se puede recurrir a los modelos tradicionales de la competitividad que se han usado con bases metodológicas. Los cuales han usado diferentes técnicas de selección y de agrupación de los factores dentro de un modelo particular.

Las diferentes técnicas y metodologías para medir la competitividad tienen ventajas y desventajas, algunos análisis muestran el desarrollo de estrategias para obtener o acrecentar los factores con los que cuenta el destino, y a través de estos análisis encontrar las fortalezas y debilidades en la medición de la competitividad.

Las discusiones en el ámbito de la competitividad son frecuentes debido a que es un término complejo y abstracto a la vez, por lo que las formas de medirlo y determinarlo dependen por mucho del contexto en el cual se desea analizar y de las posturas metodológicas de los investigadores (Cracolici et al., 2006). Debido a lo anterior se tienen definiciones que derivan de un ámbito macro hasta uno regional, como ejemplo, Snieska y Bruneckiene (2009, p. 46), en su estudio de medición de la competitividad en un contexto regional, la definen como una habilidad de usar factores competitivos en orden de obtener y mantener una posición competitiva entre otras regiones.

La definición anterior corresponde a un ciclo de auto-reforzamiento donde los autores expresan que los factores presentes crean futuros factores y que estos resultados se convierten en entradas para un nuevo ciclo. Sin embargo, lo complejo de la definición impide que, a través de ésta, se pueda operacionalizar para elaborar un análisis multivariante del concepto competitividad regional. Sin embargo, la competitividad no puede ser completamente definida por uno o varios indicadores económicos y sociales, por lo tanto, es necesario que

se elaboren instrumentos multidimensionales de medición para el contexto regional (Snieška & Bruneckiene, 2009).

La literatura señala que un destino competitivo tiene resultados en la mejora de las dimensiones económicas, socioculturales y ambientales, sin embargo, se ha manejado el enfoque de la prosperidad social y sus indicadores calidad de vida y bienestar social en la literatura de la CDT.

Resumen del capítulo

La competitividad es un enfoque que nace de la economía-política el cual apoya el desarrollo de factores de innovación científica y tecnológica, gestión de recursos financieros y gestión de recursos humanos en la industria de los países. En el contexto turístico la ventaja comparativa era usualmente el enfoque que más se ocupaba para generar diferenciación entre los destinos turísticos, compitiendo a nivel de precios, costos y de la calidad de los recursos naturales.

Para la década de los 90, se desarrolló el enfoque competitividad de los destinos turísticos estableciendo como base la teoría de la ventaja comparativa y competitiva. Con este nuevo enfoque los destinos turísticos dejaron de competir por precios y se enfocaron en la gestión de los destinos turísticos y de todos los componentes de éste. Después de la creación de éste, varios académicos crearon modelos conceptuales y se le anexo la dimensión sostenible al constructo de competitividad. Posteriormente este modelo se empezó a ocupar en la evaluación de factores que afectan positiva o negativamente a la competitividad de los destinos. Su uso pasó de contextos macros a contextos micros, impactando éste en destinos rurales, comunitarios y culturales.

De esta forma el enfoque competitividad de los destinos turísticos sostenibles se enmarco en estudios multidisciplinarios debido a la característica multifacética del constructo.

CAPITULO III. PROSPERIDAD SOCIAL

La prosperidad es un enfoque que deviene del modelo económico predominante y donde se le ha vinculado con las economías desarrolladas, las cuales buscan a través de la relación empresa-estado, favorecer la inversión extranjera directa y la creación de infraestructura, además de brindar servicios básicos de calidad (Crouch & Ritchie, 1999; Fritz & Koch, 2014). Sin embargo, la prosperidad no puede ser vista como sinónimo de ingresos o riqueza o igualarla al crecimiento económico (Northrop, 2014), aunque la tendencia teórica y práctica en el desarrollo de políticas mencionan que la “prosperidad es una medida de la actividad económica y un sustituto del consumo de recursos per-cápita” (Buckley, 2012, p. 530).

Según Fritz y Koch (2014), adjudicar que la función básica del desarrollo económico es brindar las condiciones necesarias para incrementar la prosperidad social de los residentes, sería por lo tanto, establecer que la prosperidad se encuentra relacionada con el PIB y de acuerdo a lo anterior, los países con mayor índices de PIB o los más desarrollados tienen mejores índices de percepción de la prosperidad que los países en vías de desarrollo. En el trabajo de Fritz y Koch (2014), la prosperidad es construida con tres dimensiones, la sostenibilidad ecológica, inclusión social como también el bienestar social individual, y la calidad de vida. La sostenibilidad ecológica se considera en la literatura actual como una dimensión central de la prosperidad.

La prosperidad es un tema que habla de la eliminación de la pobreza y eliminación del hambre, de crear hogares para la gente más pobre, de un mundo más justo. Se trata de eliminar las grandes diferencias entre ricos y pobres que generan conflictos sociales en las comunidades y que tiene un efecto de dispersión hacia los sitios más vulnerables de la sociedad (Northrop, 2014).

La prosperidad social es un concepto multidimensional conformado por las necesidades básicas materiales para la buena vida incluyendo el acceso a hogares seguros y adecuados, ingresos y bienes (Petrosillo, Costanza, Aretano, Zaccarelli, & Zurlini, 2013, p. 609). La salud depende de la interacción ambiental, social y factores médicos. La seguridad implica el acceso a ambientes seguros, servicios ecosistémicos y derecho a la seguridad. Las

relaciones sociales se refieren al grado o influencia, respeto, cooperación y conflictos que existen entre los individuos y grupos. La libertad y opciones incluyen la habilidad de lograr experiencia, y opciones de satisfacción personal. Así, tratar de obtener una alta percepción de prosperidad, depende de satisfacer múltiples necesidades de bienes y servicios físicos, como también, la necesidad de libertad, recreación, normas y valores, experiencias, relaciones individuales, comunitarias nacionales y globales (Petrosillo et al., 2013)

En este sentido lograr una alta calidad de vida, requiere una sociedad que se pueda relacionar con las diferentes formas de capital natural y social, los cuales pueden ser tangibles, que al colocarse en un mercado de venta, adquieren un precio; y los intangibles, los cuales se valoran en un no-mercado de bienes y servicios como la recreación percibida por el turista (Petrosillo et al., 2013).

La calidad de vida puede ser experimentada y percibida diferentemente, dependiendo el contexto y la situación, porque refleja factores personales y sociales como la geografía, la edad, el género y la cultura (Butler et al., 2005), además, se reconoce que la interrelación entre capital natural y capital social apoyan la calidad de vida percibida subjetivamente (Petrosillo et al., 2013).

Desde una perspectiva de comercio internacional, Hong (2009), ve la competitividad en la industria turística, compleja y multidimensional, en la cual la competitividad es considerada como un factor importante para lograr la prosperidad nacional y algunas ventajas comparativas. Las cuales podrían incrementar las entradas reales de sus ciudadanos y mejorar su estándar de vida (Hong, 2008, p. 6).

Los resultados de la compleja interacción de factores competitivos en la industria turística se han estudiado desde diferentes perspectivas. Existen enfoques que hablan de reducir y eliminar la pobreza en destinos turísticos (Ab.Hadi, Roddin, Razzaq, Mustafa, & Baser, 2013; Blake, Arbache, Sinclair, & Teles, 2008; M. M. Sadruddin', 2011; Mensah & Amuquandoh, 2010), los cuales hacen mención a diversas formas de generar inclusión, empoderamiento, igualdad y equidad de los pobres en el ámbito laboral y de emprendimiento en el sector turístico como oportunidad de crecimiento. Esto se ha manejado como un papel

importante en las economías de muchos países como fuente de empleo y lucha contra la pobreza (Petrović-Randelović & Miletić, 2012).

La prosperidad en su amplio contexto dimensional se ha considerado una respuesta de la competitividad que se ha dado en los aparatos productivos, ya que ésta última se construye a través de factores que modifican, desarrollan, crean y gestionan los recursos naturales y socioculturales que permiten mejorar la calidad de vida y el bienestar social en un destino turístico (Hong, 2009; Snieška & Bruneckiene, 2009).

3.1. Calidad de vida de los residentes (CAVI)

La investigación del enfoque calidad de vida es un campo de estudio que ha generado atención entre los investigadores sociales y económicos. Desde la perspectiva de estas disciplinas se estudia el fenómeno del turismo como sector económico, y como agente de cambio (impactos) social, económico y ambiental en comunidades, municipios y ciudades (Uysal, Perdue, & Sirgy, 2012; Uysal, Sirgy, Woo, & Kim, 2015). Los impactos (positivos) del turismo han permitido que se ocupe como herramienta en el desarrollo de políticas sociales y económicas. Las formas de medir los impactos del turismo llegan a variar de una forma objetiva a una subjetiva.

En los destinos turísticos comunitarios (Uysal, Sirgy, Woo, & Kim, 2015) la calidad de vida es un objetivo primordial que apoya la reducción de la pobreza, la preservación de la herencia cultural (tradiciones), la preservación y protección de los recursos naturales y culturales, además de apoyar en la sostenibilidad del destino turístico a través de la satisfacción total del turista y de la calidad de vida del residente. Por tanto, los recursos existentes en la comunidad impactan en la calidad de vida del residente, en lograr la satisfacción total del turista, en la mejora económica, en la infraestructura y en la competitividad del destino (Aveiro & Eusébio, 2015; Crouch & Ritchie, 1999; Uysal, Sirgy, Woo, & Kim, 2015; Woo, Kim, & Uysal, 2015a).}

La calidad de vida fue medida repetidas veces por elementos económicos como la riqueza económica, que impacta en la calidad de vida de los residentes comunitarios.

3.2. Distribución de la riqueza (DRIZ)

La DRIZ la han llegado a definir como la forma en la cual el producto total generado por un país se reparte entre los trabajadores y los empresarios. El modo en cómo se distribuye está determinado por las políticas económicas impuestas por el Gobierno (Dolnicar et al., 2013; Liburd, Benckendorff, & Carlsen, 2012).

En el turismo la distribución de la riqueza se ha asociado como un elemento formativo del concepto calidad de vida. Ésta se ha asociado como respuesta, por un lado, de la venta turística de los bienes y servicios como: la comida, el hospedaje, transportación local y eventos; por el otro lado, de la inversión en el desarrollo de la infraestructura para facilitar el acceso y estadía en el destino (Liburd, Benckendorff, & Carlsen, 2012, p. 5).

3.3. Prácticas sostenibles (PSOS)

El turismo y su relación con el medio natural, ha sido un vínculo innegable desde su construcción teórica, y pragmática para la mayoría de diversos tipos de destinos turísticos (Mihalič, 2000), además se ha reconocido la importancia que tiene el medio natural con el turismo, con la calidad de vida y con la satisfacción de la experiencia turística que se da en el destino receptor. La calidad ambiental del destino depende en gran medida de las políticas adoptadas por los grupos de interés, llevadas a cabo con el fin de reducir los impactos generados por el turismo. Estas prácticas se han visto desde la perspectiva de la gestión del destino, la cual se enmarca en la gestión de beneficios ambientales, pero también, se ha anexado como dimensión al constructo de la prosperidad social (Chin et al., 2014).

Resumen del capítulo

La prosperidad social es un enfoque que nace en los países industrializados o también llamados países desarrollados, es decir, este enfoque deviene del modelo económico predominante y de la competencia que se da entre países, con el cual se ha medido la percepción que tienen los residentes de diversos elementos que componen prosperidad social como calidad de vida, distribución de riqueza, bienestar social y últimamente practicas sostenibles.

El turismo se considera una actividad preponderantemente económica la cual deja derramas de miles de millones de dólares en los países que cuentan con una imagen consolidada en el mercado internacional. De esta forma, el enfoque de prosperidad se considera una variable de respuesta a cualquier actividad económica incluida actualmente en la competitividad de los destinos turísticos. Bajo el supuesto anterior la prosperidad también se considera una dimensión del capital social, el cual busca un objetivo en común que regularmente es el económico.

CAPÍTULO IV. CAPITAL SOCIAL COMUNITARIO

En este capítulo se desarrolla teóricamente el enfoque capital social comunitario. El capítulo inicia con la explicación del espacio comunitario desde su parte ontológica, con la finalidad de entender el proceso de creación e identificación desde diferentes contextos sociales y por ende geográficos. Posteriormente, se desarrolla la construcción del capital desde la ciencia económica, con la finalidad de señalar los principales aportes teóricos que han hecho que este enfoque se considere como elemento clave para sobrepasar la brecha de la pobreza, así como, el detonante en diferentes procesos teóricos y de praxis política. También se desarrollan las dimensiones del capital social comunitario, las cuales se consideran esenciales para medir dicho capital en diferentes contextos, pero sobretodo en el ámbito comunitario.

Finalmente, se desarrolla el apartado donde se exponen los antecedentes teóricos de las relaciones entre las variables de estudio que culmina con el desarrollo del modelo hipotético-deductivo, derivándose de éste las principales hipótesis de la investigación.

4.1. Espacio Comunitario

La unidad de análisis en la estructura social es el individuo, como tal, tiene características que lo diferencian de los demás, pero a la vez, determinan su carácter de construcción colectiva. Los rasgos presentes en el individuo se multiplican y colectivizan, permitiendo la formación de grupos que comparten pensamientos, creencias, tradiciones, lenguaje. Cada relación que se da entre los individuos interna y externamente en el grupo, involucra algún tipo de balance entre la unidad y la diversidad, fortaleciendo la relación mutua a través de los logros y cargas compartidas. Los grupos sociales surgen así de las relaciones positivas, creando una entidad colectiva, que se puede definir en tiempo y espacio con peculiaridades pertenecientes a un bien colectivo surgido de la unión, de la asociación y de la fraternidad y que se constituye como la esencia en un sólo término denominado *comunidad* (Tönnies, 2001).

La comunidad como término, ha sido objeto de estudio desde finales del siglo XIX, generando diferentes definiciones de comunidad, algunos autores como Tönnies (2001), lo

identifican con los rasgos característicos que permiten evolucionar a la unidad desde la colectividad, Cohen (2001), menciona que el concepto de comunidad es uno de los temas más atractivos en las ciencias sociales modernas, donde también convergen diferentes disciplinas que hacen uso del término en contextos rurales con diferentes enfoques. Sin embargo, en las ciencias sociales, el término ha gozado de una importancia creciente y se ha manejado como una idea clave en la sociología para emplearlo en el estudio de las sociedades humanas o como nociones ideológicas que se contraponen al sistema económico establecido (Cohen, 1985; Tönnies, 2001).

Así, el vocablo se refiere a los símbolos, valores e ideologías, los cuales forman la corriente de pensamiento popular que la gente manifiesta en una creencia hacia una idea o a la realidad. Las características anteriores se manifiestan en el sentido de pertenencia, donde la gente crea una entidad a pequeña escala, comparado con la sociedad civil urbana, así la diferencia entre ambas, es la objetivación del sujeto en la burocracia y en el trabajo organizado en la sociedad civil; en la comunidad por el contrario, el sujeto no se crea como una mercancía, en otras palabras, la vida en la comunidad es orgánica, su dimensión estructural son los procesos y normas que facilitan la construcción sistemática y su contenido es la unidad (Cohen, 2001; Tönnies, 2001).

Para Tönnies lo comunitario subyace en la co-existencia familiar, en lo confortable, en lo domestico, entendido intuitivamente por cualquier individuo que surge de la comunidad. No obstante, el opuesto, referenciado por el orden público y sustentado en la jurisprudencia, lo denomina *sociedad civil*; significa un mundo fuera de la esfera comunitaria, enmarcándose en la esfera pública, en donde existen otros tipos de *sociedades* como las religiosas o las académicas, con propósitos existentes para beneficio de metas ajenas como servir al estado, negocios o desarrollar alguna teoría (Tönnies, 2001, p. 18).

Así los poderes emanados de la comunidad se constituyen a través de una serie de relaciones antropomorfas que se han sucedido horizontalmente en el tiempo y espacio. Una comunidad es una entidad viva, pero también, es un término para designar (despectivamente

en ocasiones) la vida orgánica, lo rural, lo que se encuentra fuera de las sociedades urbanas donde se pierde el sentido de identidad.

Es a través de estos poderes emanados en la comunidad donde se encuentra el sentido a la vida, dado en una organización multilateral de individuos que hacen recíproco el trabajo, las obligaciones y el derecho al acceso a la mayoría de los espacios sociales, naturales y de recreación. El espacio comunitario se convierte en espacio sagrado, donde convergen las visiones heredadas que dan forma a sus estados actuales, dichos estados se construyen con base en la cosmovisión del sincretismo mágico-religioso-espiritual, relacionado con la forma de producir sus alimentos. Aquí, se encuentra la forma de gobierno multitudinaria basada en el patriarcado, que funciona como argamasa y que es respetada por todos los individuos. Así los individuos no son definidos y catalogados por sus respectivas posiciones en el espacio. Cada individuo es asignado y entregado en igualdad de condiciones a la vida diaria (Bourdieu, 1985; Tönnies, 2001).

En la comunidad además se encuentran formas negativas de poder, muchas veces representadas por los varones, los cuales en la mayoría relegan a la mujer en la toma de decisión y procesos que impliquen una actuación directa, las causas pueden ser infinitas, como en la representación de roles culturales y psicológicos que subyacen en el pensamiento y construcción social del comportamiento instintivo.

Para Bourdieu (1985), el mundo social se puede representar como un espacio con muchas dimensiones, construido sobre la base de una diferenciación o distribución constituida por un conjunto de propiedades capaces de conferir fortaleza, poder dentro del universo que sustentan. Además, considera al espacio social como un conjunto de relaciones de poder objetivas que se imponen a todos los individuos (Bourdieu, 1985).

El contexto comunitario es una institución colectiva con derechos y obligaciones que rigen la estructura organizacional a través de sus propios valores, normas y acuerdos que se manifiestan en los estatutos implícitos de las instituciones creadas por los individuos comunitarios, existen por lo tanto, instituciones creadas y a veces impuestas por los conocimientos y prácticas ancestrales, como las instituciones religiosas, económicas,

culturales y políticas, las cuales permiten, complejos procesos de toma de decisiones en las obligaciones y derechos de los individuos comunitarios (Maldonado, 2005).

La institución comunitaria con sus derechos y obligaciones es una compleja red de elementos los cuales permiten que esta denominación “comunitario” se manifieste a través de las creencias y estatutos. Sin embargo, la constitución comunitaria, acontece en un espacio geográfico delimitado política o naturalmente, los cuales son parte importante en el uso y aprovechamiento de los recursos de bien común. Ante esta situación, surgen problemáticas con respecto al derecho de uso y aprovechamiento de los recursos de bien común, la cual se puede explicar a través del enfoque de la tragedia de los comunes, señalando que ante el libre acceso a los recursos naturales no se da la valoración económica y, por lo tanto, tienden a agotarse rápidamente dichos recursos. Esto ha ocasionado que surjan dos perspectivas para contrarrestar el acceso total a los bienes comunes. Por un lado, se maneja la regulación centralizada del gobierno para el control de acceso a los recursos. Por otro lado, se maneja la privatización (Ostrom, 1990).

Sin embargo, Ostrom (1990), argumenta a un tercer enfoque para resolver el problema de los comunes, el cual se convierte en el diseño de instituciones cooperativas permanentes, que sean organizadas y gobernadas por los dueños de los recursos. Desde esta perspectiva se han ido integrando una serie de diferentes enfoques. Uno de estos enfoques se relaciona con el turismo en espacios comunitarios, donde convergen una serie de características naturales y culturales que dan paso a la interacción entre individuos y que puede ser factor de atracción para los turistas por las características o manifestaciones culturales como el arte, festividades culturales y religiosas o naturales.

En el estudio realizado por Joppe (1996) hace una revisión de como ha venido evolucionando el concepto de comunidad turística sostenible. Menciona que atrás de este nuevo enfoque se encuentran los mismos actores (gobierno) en su interés de llevar a cabo la aplicación de este enfoque que se deriva de la perspectiva de desarrollo económico tradicional, olvidando los intereses propios de la comunidad. Así para Joppe, es importante poder definir la comunidad a través del desarrollo comunitario. Los criterios para definir a la

comunidad son manejados por los intereses y la propiedad común. La comunidad es una entidad coherente, diferenciada por los propósitos de su existencia, intereses grupales, frecuentemente centrados en las relaciones competitivas (Joppe, 1996).

Joppe menciona que la comunidad es y ha sido condicionada por los apoyos externos para sobrevivir en las limitaciones impuestas al uso de recursos, así, el turismo lo considera un paliativo que viene a matizar la misma imposición del sistema capitalista, el cual busca establecer sus empresas transnacionales en los destinos comunitarios, con la promesa de crear empleos y capacitación a la comunidad local. Además, por un lado, se integra el enfoque Desarrollo Económico Comunitario, el cual busca empoderar a la comunidad, “ayudar a que los consumidores se conviertan en productores, usuarios se conviertan en proveedores, y empleados sean los propietarios de la empresa” (Joppe, 1996, p. 476).

Por otro lado, se ha creado el enfoque Desarrollo de Turismo Comunitario (DTC), éste se ha manejado como una estrategia ante los fallos del sistema económico, es decir, el DTC es la respuesta a una oportunidad que se presenta por sí misma en forma de asistencia gubernamental y prioridad para el desarrollo.

El plan DTC, entonces se maneja bajo el supuesto apoyo a comunidades para incrementar el bienestar social. Sin embargo, hay poco consenso del gobierno y del sector privado en aras de conocer los intereses de los individuos que son afectados (positiva o negativamente) por la implementación de políticas. Así, el surgimiento e implementación de modelos económicos y turísticos son diseñados con estrategias para globalizar el destino.

No obstante, Joppe (1996) menciona que los desarrollos de modelos para implementar actividades turísticas tienen que direccionar hacia un enfoque pluralista de planeación que se pueda llevar paso a paso para evaluar y medir los impactos visibles del proceso y ver qué sucede en el ámbito comunitario, debido a que la dispersión de costos y beneficios derivados del turismo son ampliamente ignorados.

Joppe, menciona que el “involucramiento público” en la planeación turística es frecuentemente una forma de imposición en el cual las decisiones o la dirección de las

decisiones ya han sido pre-establecidas por el gobierno y las comunidades raramente tienen la oportunidad de decir no.

Relacionado a este tipo de estudios, existe poca investigación en evaluación de la implementación actual del proceso de desarrollo turístico comunitario. Las comunidades en su proceso de aprendizaje, desarrollo y consolidación de la actividad turística en el destino no cuentan con las pocas herramientas que se han desarrollado por los investigadores para permitir a las comunidades monitorear los efectos de implementación por ellos mismos, haciendo alusión, a que solamente la gente local conoce los costos del turismo (Joppe, 1996, p. 479).

Las realidades expuestas en el ámbito comunitario, dan paso a que éste concepto se considere un constructo multidimensional, que se caracteriza por los diferentes elementos socioculturales, económicos y ambientales, los cuales en sus diferentes interacciones crean el patrimonio comunitario (Maldonado, 2005, p. 4) el cual:

Está conformado por el conjunto de valores y creencias, conocimientos y prácticas, técnicas y habilidades, instrumentos y artefactos, representaciones y lugares, tierras y territorios, al igual que todo género de manifestaciones tangibles e intangibles compartidas por un pueblo, a través de las cuales se expresan sus modos de vida y organización social, su identidad cultural y sus relaciones con el entorno natural.

Otro de los enfoques que se han desarrollado es el turismo de base comunitario. Ashley y Garland (1994), estudian el desarrollo del turismo de base comunitario y los posibles efectos que se derivan de este tipo de práctica en la región de Namibia. Las grandes oportunidades que presenta esta región se deben a los diferentes tipos de recursos naturales, en donde las comunidades han decidido emprender hacia el ecoturismo.

Ashley y Garland (1994), mencionan que el desarrollo de empresas turísticas de base comunitaria, pueden llegar a generar empleos y crecimiento económico, además de generar mecanismos que distribuyan los ingresos, generen bienestar, habilidades y empoderamiento.

Los recursos naturales y recursos de fauna con los que cuentan estas comunidades por lo regular tienen derecho de aprovechamiento, esto se ha manejado a través de la gestión y de procesos de planeación que el gobierno ha implementado. Así, para que dichas políticas se implementen, desarrollen y tengan éxito este tipo de programas, es a través del involucramiento comunitario (Blackstock, n.d.; Hatipoglu, Alvarez, & Ertuna, 2014; Nyaupane et al., 2006). De esta forma las políticas públicas deben gestionar a favor de los residentes en la creación de empresas y generar formas apropiadas de involucramiento para que los residentes decidan localmente.

Desde este punto de vista se mencionan cinco áreas claves para la acción política: 1) establecer derechos comunitarios sobre los recursos y los ingresos; 2) adaptar las regulaciones financieras y legales para facilitar el desarrollo de turismo de base comunitaria; 3) brindar información, conocimiento y comunicación; 4) desarrollar el mercado ecoturístico; 5) desarrollar instituciones, mecanismos y habilidades. Bajo estos mecanismos los autores han resumido tres objetivos apoyados en el enfoque del turismo de base comunitario en el contexto del país Namibia (Ashley & Garland, 1994).

Como primer punto, los beneficios para la comunidad se dan a través del impulso en el bienestar social, crecimiento económico y empoderamiento en áreas rurales; el segundo punto, son los beneficios de conservación que fortalecen los intereses comunitarios para la conservación de la vida salvaje y la gestión sostenible de los recursos naturales; el tercer punto, son beneficios para el turismo en Namibia, el cual busca desarrollar y diversificar el producto turístico particularmente el ecoturismo y asegurar la sostenibilidad a largo plazo de sus recursos base (Ashley & Garland, 1994).

Ahora bien, en cuanto al involucramiento comunitario, también se tiene la perspectiva generada por Ndivo y Cantoni (2015), acerca del impacto que el turismo tiene en las comunidades donde se practica el ecoturismo, el turismo rural y el turismo comunitario desde el enfoque del Pro-Poor Tourism (PPT), y el turismo de base comunitaria (Community-based Tourism, CBT) los cuales manejan estrategias de inclusión de la gente que se encuentra con más desventaja hacia el ingreso en la actividad turística. Se menciona que los beneficios del

turismo en los países con bajo ingreso, genera empleos y oportunidades de negocio a grupos en desventaja como mujeres, jóvenes y grupos étnicos minoritarios. Sin embargo, el sector turístico se caracteriza por la naturaleza temporal de la demanda, que hace al sector incapaz de brindar una fuente económicamente suficiente de sustento durante todo el año. Adicionalmente la falta de compromiso de las comunidades locales en el desarrollo del turismo, generan fugas económicas, las cuales benefician principalmente a la elite en la sociedad (Ndivo & Cantoni, 2015).

La participación comunitaria se encuentra limitada por factores que afectan su involucramiento directo con el turismo como son la falta de habilidades y competencias, falta de capital financiero, organización pobre, exclusión de los intereses formales del sector, falta de participación en el mercado, falta de empoderamiento sobre el control de recursos valorados en el mercado, bajo poder de negociación y apoyo gubernamental (Blackstock, 2005; Rasoolimanesh, Ringle, Jaafar, & Ramayah, 2017)

De esta forma el involucramiento o participación comunitaria en el turismo hace énfasis en los beneficios comunitarios como una motivación para la conservación de su medio natural y cultural.

Otro de los enfoques que los autores exponen, es el enfoque PPT, considerando que dicho enfoque ayuda a empoderar a las personas pobres de las comunidades a través de un conjunto de principios, estrategias e iniciativas que buscan expandir oportunidades económicas mientras contiene los costos sociales, ambientales y culturales (Ab.Hadi et al., 2013; Dain Bolwell & Weinz, 2008).

Una de las características más importantes del enfoque es su visión holística del sector turístico como un sistema, en el cual, existen los vínculos verticales dentro de los diferentes subsectores turísticos y los vínculos horizontales con otros sectores, asegurando un rico nivel de empoderamiento derivado de la gran densidad de vínculos con diferentes actores involucrados. No obstante, se menciona que hay una falta de estudios de los impactos generados por éste (Ndivo & Cantoni, 2015).

El enfoque propuesto por Ndivo y Cantoni (2015), busca repensar el enfoque más apto para empoderar a las comunidades receptoras para jugar un rol activo en la industria turística. Los autores mencionan que uno de los enfoques propuestos es la Cadena de Valor del Turismo a favor de los Pobres (*The Pro-poor tourism value chain pathway*).

Las características antes mencionadas de ambos enfoques convergen en una analogía en la cual se busca el mejor enfoque para empoderar a las comunidades receptoras en la industria turística, y según Ndivo y Cantoni (2015) este se puede dar a través del enfoque Cadena de valor, el cual se maneja en un contexto dentro del sistema turístico categorizándolo en tres núcleos principalmente: el primer nivel, comprende los proveedores turísticos que son más cercanos al consumidor final; el segundo nivel, comprende a los oferentes intermediarios que se encuentran entre el visitante y el destino; el tercer nivel, son los proveedores que apoyan a los primeros y segundos proveedores además de la infraestructura del destino. De esta forma, el enfoque cadena de valor del turismo a favor de los pobres podría específicamente enfocarse en las diferentes estrategias de mejora de la coordinación horizontal y vertical, en la mejora del proceso de desarrollo del turismo, mejora del producto, mejora del mercado y mejora del ambiente.

Dichas intervenciones que se generan en los niveles horizontales y verticales, podrían mejorar las ganancias de los participantes que se encuentran en la cadena del valor del turismo. La participación y expansión de actividades llevadas dentro de la comunidad dentro y fuera del ámbito turístico fortalecerá la cadena de valor de turismo la cual es importante en términos de reducción de barreras y la capacidad de acceso a oportunidades para la gente local (Ndivo & Cantoni, 2015).

Finalmente, para la comunidad sería más fácil evaluar los impactos positivos y negativos del turismo, y en esta misma línea sería muy difícil determinar si el desarrollo turístico es la alternativa apropiada a otros tipos de desarrollo económico (Joppe, 1996).

4.2. Referentes Teóricos del Capital Social Comunitario (CSC)

Definir el capital social comunitario (CSC) es uno de los retos que afrontan los académicos y profesionales. Se ha vislumbrado al CSC como un valor universal que puede aplicarse en

cualquier contexto para desarrollar actividades demandadas por la globalización en su consecuente reducción de la pobreza (Ocampo, 2003), bienestar social (Ansari et al., 2012), mejora de la calidad de vida (Petrosillo et al., 2013), crecimiento económico y prosperidad (Hospers & Lochem, 2002). Además estudios recientes han demostrado que existe una relación del CSC y la mejora de la salud (Hanibuchi & Nakaya, 2013). Los diferentes contextos a los que puede ser aplicado hacen del concepto un término fértil, algunos investigadores sugieren que hay una convergencia en la definición acerca de lo que es capital social, no obstante, lo que no queda claro son las diferentes dimensiones e indicadores que indiquen una causalidad o fuerte correlación entre conceptos (Enfield & Nathaniel, 2013; Millan & Gordon, 2004).

El capital social es hoy día un tema de interés a nivel mundial, los primeros antecedentes, se dan con los trabajos de Hanifan (1916), relacionándolo por primera vez con la comunidad. La comunidad vista como un todo, se beneficia de la cooperación de todos los individuos, mientras que estos encuentran ventaja en la asociación colectiva (Hanifan, 1916, p. 131).

James Coleman, populariza el término y lo conceptualiza de acuerdo a las estructuras sociales observadas, que facilitan las operaciones o transacciones económicas entre los individuos (Coleman, 1988).

Posteriormente, desde la perspectiva de la CEPAL, el capital social se entiende como el conjunto de relaciones sociales basadas en la confianza y los comportamientos de cooperación y reciprocidad que se desarrollan en un ambiente *institucional y organizacional*, apegados a normas que se originan en la base común de una asociación conformada por individuos civiles. Desde esta perspectiva el capital social promueve la producción de bienes públicos, reduce costos de transacción y facilita la constitución de organizaciones de gestión basadas en los grupos de interés (Durstun, 2000).

Así para Durstun y Coleman, las bases del capital social se encuentran en las formas de relaciones de individuos que constituyen instituciones la cuales velan por obtener beneficios individuales, comunitarios y/o colectivos, en respuesta a un proceso estructural desarrollado

y valorado por los individuos, el cual no tiene un carácter preponderantemente económico (Coleman, 1988; Durston, 2000).

Para Putnam el enfoque capital social tiene relevancia al tratar de analizar los gobiernos locales en Italia en el año 1993. Este estudio concluye que el desempeño de los gobiernos locales y otras instituciones son influenciados directamente por los compromisos y asuntos ciudadanos, señalando que el éxito en la implementación del capital social se ha dado por lazos sociales que datan del siglo XI en Italia (Putnam, 1993, p. 664). En la construcción del capital se tienen dos conceptos que hacen diferencia a la forma de concebirlo, para Putnam el capital físico se refiere a objetos físicos y el capital humano se refiere a propiedades de los individuos, así el capital social hace referencia a las conexiones entre individuos, redes sociales, normas de reciprocidad y confianza que facilitan la coordinación y cooperación para beneficios mutuos (Putnam, 1993, p. 665).

El término capital social se refiere a la capacidad que tienen, las instituciones y organizaciones gubernamentales y de asociación civil o privadas para promover la confianza, la cooperación y la ayuda recíproca que ayude a obtener beneficios en: reducir los costos de transacción, crear bienes públicos y fomentar la creación de organizaciones de gestión de base efectiva de actores sociales y de sociedades civiles saludables dentro y fuera de la comunidad (Durston, 2000, p. 7).

El capital social hace énfasis en las relaciones en las cuales se construyen valores, normas y confianza entre los individuos, los cuales se encuentran dispuestos a asociarse bajo un marco normativo que beneficia a todos por igual, pero además castiga a los que no se adaptan a dicho marco lo que puede provocar exclusión y restricciones en varios ámbitos de la vida social (Bowles & Gintis, 2002).

De esta forma el capital social ha jugado un rol importante en la construcción de la sociedad y a pesar de que es un término joven, los trabajos previos a los generados por el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, han identificado estas relaciones de participación ciudadana en la arena política, en la mejora de la salud pública, en la obtención

y mejora de agua potable, y en el crecimiento y desarrollo económico (Aguilar & Sen, 2009; Hospers & Lochem, 2002).

Según Fountain (1998), los elementos constitutivos del capital social son confianza, normas y redes de trabajo. La confianza se desarrolla a través de una serie de interacciones que generan confianza. Las normas son consideradas un elemento clave en el desarrollo del comportamiento como un contrato social negociado entre los actores o individuos.

Para Sáinz (1996) , la definición de capital social es construida con base a las propuestas dadas por Portes y Sensenbrenner, definiéndolo como las “expectativas para la acción dentro de una cierta colectividad que afectan los fines y comportamientos económicos de sus miembros, incluso si tales expectativas no tienen una orientación económica”. Por tanto, existe un cuerpo sólido de trabajos empíricos que relacionan las definiciones de capital social en los temas macro-institucionales y micro-institucionales, recordando que la institución es un ente construido por individuos asociados en una esfera social con intereses particulares, algunos hallazgos muestran que las asociaciones locales y redes de trabajo tienen un impacto positivo en el bienestar económico y desarrollo local desempeñando un papel positivo en la gestión (Putnam, 1993).

Así en su naturaleza multidimensional del capital social, este puede ocurrir en niveles de grupos sociales, comunitarios y, en estructuras organizacionales formales e informales, debido a esto, existen amplias definiciones en la literatura, por tal motivo es preciso y necesario vincular una definición con la operacionalización que permitan explicar cualquier aspecto en los procesos de redes y reciprocidad caracterizados en la amplitud del término (Baron & Hannan, 1994; Nahapiet & Ghoshal, 1998).

El capital social se puede considerar un recurso como el natural, físico y humano que hace fácil alcanzar ciertos objetivos y aunque en su naturaleza es intangible, es esta naturaleza, la que lo hace difícil de observar e identificar como un recurso (Herrerros, 2004). La perspectiva del capital social se ha visto usualmente como un bien económico que complementa, optimiza y baja los costos de transacción en el uso de otros factores de producción (Hospers & Lochem, 2002). Hospers y Lochem (2002), mencionan que el capital social es una fuente

de recursos arraigada en las relaciones sociales o visto como el resultado de dichas relaciones, es decir, el capital social no pertenece a los individuos y es esencialmente un recurso social.

De acuerdo a la literatura se puede identificar dos medidas, que de acuerdo a los estudios empíricos tienen efectos positivos en el desempeño económico y el desarrollo sostenible, éstas son la confianza y la cooperación (Knack & Keefer, 1995; Putnam, 1993). La confianza facilita la actividad económica en países con bajos ingresos y sectores financieros de bajo desempeño. Por el contrario, en el estudio de Putnam, no se encuentra relación de las redes de trabajo horizontal entre la confianza y las normas, así como entre el desempeño económico y las actividades de asociación, pero sí encuentra relación entre el ambiente político, manejado como un componente en el modelo de regresión. (Putnam, 1993).

Otro de los exponentes que analizó el capital social fue Pierre Bourdieu (1986), en su trabajo en un contexto del campo de la educación, él diferencia tres formas de capital: económico; social y cultural; Bourdieu creía que estas formas se transformaban en otros capitales y este proceso lo consideraba la base para adoptar estrategias individuales y de grupos sociales para asegurar la continuidad del capital. Así para poder entender el orden y funcionamiento de las estructuras del mundo social, era necesario discutir todas las formas del capital y no solamente la reconocida por la teoría económica.

Bourdieu define al capital social como “el agregado de los recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de reconocimiento mutuo” (Bourdieu, 1986, p. 286).

Para Coleman (1988) el capital social es una herramienta conceptual para entender las orientaciones teóricas de la acción social que combina dos componentes desde las perspectivas económica y social; señala que el capital se puede definir por su función, es decir, de acuerdo con el contexto en el cual se utiliza, el primer aspecto sería la estructura social; el segundo, el capital social que facilita ciertas acciones de actores dentro de la estructura.

Estos tipos de estructuras sociales también facilitan las diferentes formas de capital social que se relacionan con redes de trabajo endógenas de la comunidad que se convierten en elementos tácitos de las obligaciones y de las sanciones de sus miembros. El cumplimiento de las normas establecidas por el grupo social genera integración y elementos relacionados con la confianza. Por el contrario, el incumplimiento genera sanciones efectivas que algunas veces recaen en la discriminación o exclusión de los beneficios mutuos generados en la comunidad. De esta forma las normas constituyen formas de capital social ya que a través de estas se da la confianza en donde las actitudes y conductas de los individuos son las correctas de acuerdo con los estatutos establecidos para un beneficio común más que individual. Según Millán y Gordon, las normas demasiado taxativas pueden desalentar la creación de capital social (Millan & Gordon, 2004).

Estas mismas estructuras sociales también son las que facilitan las relaciones que se puedan dar entre las comunidades y entre instituciones gubernamentales y no-gubernamentales, en este tipo de relación es en donde se genera el conocimiento hacia el exterior y es en donde se ejerce la autonomía de la comunidad para lograr transferencias de conocimiento en la adquisición de recursos financieros y recursos académicos e institucionales para la correcta gestión de sus recursos naturales, la cual denominan *Bridging*. En éste se manifiesta la capacidad de información que fluye a través de las estructuras sociales de diferentes organizaciones para proveer una base para la toma de decisiones que se da en un nivel vertical (Coleman, 1994).

Otra visión muy similar es dada por John Durston mencionando que “el capital social comunitario es una forma particular de capital social, que abarca el contenido informal de las instituciones que tienen como finalidad contribuir al bien común.” (Durston, 1999, p. 103).

De esta forma el origen del capital social no radica en las actitudes individuales o valores, sino en las redes de relaciones sociales entre individuos dentro de la comunidad que gozan del recurso. Así, las relaciones sociales, no constituyen por sí mismas el capital social, pero, se consideran recursos, de los cuales surgen obligaciones de reciprocidad, asociadas con la relación de confianza e información derivadas de estas relaciones sociales (Herrerros, 2004).

Desde la perspectiva de Herreros, “el capital social, entonces, no es la confianza o las redes, pero la obligación de reciprocidad que puede ser derivada desde las relaciones de confianza y de información que puede a su vez ser resultado de la participación en redes sociales” (Herreros, 2004, p. 7).

Para López (2006, p. 176), “el capital social comunitario se constituye a partir del establecimiento de relaciones sociales en, o desde, el ámbito comunitario, y se asienta sobre la construcción de un sistema social complejo. Su activación está asociada a la institucionalización de acciones que se ejercen para producir beneficios o bienes públicos que favorecen a los integrantes de la comunidad, ejerciendo influencia sobre sus condiciones o proyecciones de vida.” El capital social comunitario a diferencia de los otros capitales físico o humanos, naturales o culturales (arquitectónicos) que pueden cuantificarse, el CSC, es un producto que no puede comprarse o medirse en un mercado dado, éste es sólo un atributo de las relaciones exclusivas de grupos que buscan beneficios en común (Herreros, 2004; López, 2006).

Además de lo anterior, los nuevos paradigmas y enfoques como la teoría del nuevo crecimiento están poniendo más atención a las estructuras sociales. De esta forma el capital social puede ayudar a formular nuevas estrategias de desarrollo y crecimiento económico. Desde esta perspectiva, existen críticas fuertes al capital social, haciendo alusión a que este enfoque se deriva del nuevo modelo económico, es decir, la injerencia del estado en los asuntos comunitarios y de la sociedad civil se va alejando para permitir que cada grupo sea responsable de su bienestar social e individual. Sin embargo, el capital social también surge por las fallas de las normas cívicas y redes, que se encuentran sustentadas en las instituciones de gobierno como una respuesta del descontento social. Por lo tanto, el capital social no es un sustituto de una política pública inefectiva, pero es más un pre-requisito para la política pública efectiva y en parte como consecuencia de ésta en su fallo. Las buenas políticas pueden fortalecer la creación de CSC y a su vez éste mismo puede fortalecer la efectividad de la acción gubernamental (Putnam, 1993).

Además, las comunidades con mucha gente que confía en su vecindario y que participa en las organizaciones comunitarias son consideradas con un alto grado de CSC, la importancia de estudiar el CSC y su relación con otras variables, como, la salud pública, el crecimiento económico y el turismo, se ha derivado de una serie de estudios encontrando relaciones positivas entre las variables (Barbini, 2008; Hanibuchi & Nakaya, 2013; Zahra & McGehee, 2013). Estas relaciones positivas sirven a la creación de políticas públicas y su posible aplicación a los diferentes contextos sociales (Hanibuchi & Nakaya, 2013; Tregear & Cooper, 2016) los cuales generan impactos positivos y en algunos casos negativos.

Para Bouma et al., (2008), menciona que algunos estudios empíricos carecen de consistencia en su relación con el desarrollo y crecimiento económico ya que los países europeos analizados, sólo demuestran que se llega a un crecimiento a través de la institucionalización de la comunidad y que es más factible un análisis más descentralizado, vinculando el capital social local para el desempeño económico y la gestión de los recursos comunitarios.

El capital social para Bouma et al., (2008), es un conjunto de normas y confianza que forman las expectativas del comportamiento de otros, una definición causal que permite interpretaciones empíricas y acciones experimentales basadas en la economía (juegos de confianza). De estos juegos experimentales de confianza se construyen dos medidas del capital social, el primero es la confianza y el segundo es la integridad y las relaciona con las contribuciones para un bien público (Bouma, Bulte, & van Soest, 2008).

La definición de CSC para esta investigación: Es un bien intangible que permite el desarrollo, producción, asociación y estructuración de las formas de vida comunitaria para obtener un bien común.

4.3. Dimensiones del Capital social

Las dimensiones del capital social en este marco teórico se refieren a aquellos prerequisites que se deberían conocer en orden de lograr el objetivo del capital social comunitario en su fase descriptiva del proceso y mecanismos que ayudan a generar factores

que hacen competitivo y sostenible a un destino turístico comunitario, así como, describir su relación en la percepción de la prosperidad social.

Las dimensiones del capital social se han construido sobre la naturaleza dinámica de la comunidad que deriva del tiempo y asociaciones gastadas entre los individuos que se afianzan a lo largo del tiempo en un espacio común, creando organizaciones e instituciones, en las cuales se han identificado en primera instancia, instituciones religiosas y político-civil, las cuales han evolucionado hacia un desarrollo endógeno y donde algunas comunidades han experimentado índices de calidad de vida mucho más altos, en contra parte a las comunidades que carecen de esta herramienta. El stock del capital social, como la confianza, normas y redes, tienden al reforzamiento y acumulación (Putnam, 1993).

Para Ostrom y Ahn (2003, p. 156), el capital social se compone de varios factores que no son nuevos, pero que se pasaron por alto durante el auge de la economía neoclásica y las teorías de elección racional, las cuales abarcan los conceptos de confianza y normas de reciprocidad, redes de participación civil, reglas o instituciones formales e informales. El capital social incorpora estos elementos al marco de la acción colectiva. De esta forma el capital social ayuda a abordar la pregunta de cómo acelerar el desarrollo económico y la gobernabilidad democrática.

Algunas investigaciones llegan a establecer cierto número de determinantes que ayudan a definir la presencia o ausencia de capital social existente en una comunidad u organización. En el Cuestionario Integrado para la Medición del Capital social del Banco Mundial, éste refiere dimensiones como: confianza y solidaridad, Cooperación y acción colectiva, grupos y redes, cohesión e inclusión social, acción política y empoderamiento. Otros estudios relacionados con el capital social se han dado en contextos de género en comunidades socialmente desventajadas, midiendo la percepción de la mujer en el bienestar físico y mental; relaciones de amistad y apoyo de redes; relaciones comunitarias y participación; seguridad; conocimiento y acceso a los servicios comunitarios locales (Griffiths et al., 2009).

Según Hanibuchi y Nakaya (2013), para entender los determinantes del CSC se tienen que considerar aspectos contextuales y composicionales. Los aspectos contextuales se derivan de

las características de la comunidad y los composicionales de las características de los individuos. Éstos últimos se componen de grado educativo alto, estado civil, edad, género, ingresos y empleo, los cuales son asociados con grados de confianza y participación cívica, de esta forma se asocia el capital social con un alto estatus socioeconómico (Hanibuchi & Nakaya, 2013, p. 125).

Los aspectos contextuales son el grado de urbanización/sub-urbanización; accesibilidad en la comunidad y desarrollo histórico de la comunidad. El grado de urbanización es una característica geográfica básica de un destino y se asocia con la formación de redes y cohesión debido a la falta de los servicios básicos que se tengan en un destino o lugar donde la urbanización tiene un bajo grado de desarrollo. Por el contrario, en destinos con alto nivel de desarrollo la cohesión y redes son bajas, ya que los servicios son brindados por la actividad de los residentes de un destino (Hanibuchi & Nakaya, 2013).

Las dimensiones que han surgido en diferentes investigaciones, dependen del contexto, la experiencia del investigador y sus intereses personales, y de las características composicionales que surgen del individuo y se manifiestan en la comunidad, por lo tanto, es difícil llegar a un acuerdo de cómo se determina el CSC, incluso con la gran evidencia de los impactos positivos, aún existe escepticismo debido a la incapacidad de usar medidas consistentes y confiables, además de ser algunas dimensiones muy subjetivas (Enfield & Nathaniel, 2013, p. 16). La Comisión de Productividad Australiana menciona que los acuerdos para construir el capital social se encuentran lejos de concluir y establecer determinantes universales ya que las mediciones del capital social, son más sugestivas que definitivas (Comisión de Productividad, 2003).

Narayan y Cassidy (2014), señalan que a través del estudio que realizaron para desarrollar y validar un inventario de dimensiones de capital social, mencionan que las dimensiones usadas por diferentes investigaciones tienen alta consistencia, a pesar de que los conceptos en las ciencias sociales son naturalmente más hipotéticos. Sin embargo, logran identificar siete dimensiones o componentes del capital social como normas generalizadas, confianza,

interacción social o sociabilidad, permanecer unidos, participación del grupo y afiliación, voluntariado y conexiones vecinales (Narayan & Cassidy, 2014).

Onyx y Bullen (2000) identifican en su estudio ocho factores asociados con el capital social, los primeros tres menciona que son factores fuertes los cuales denomina, participación comunitaria, proactividad social y confianza; los otros cinco fueron conexiones vecinales, conexiones con amigos y familiares, tolerancia a la diversidad, valor de vida, conexiones laborales. Onyx y Bullen (2000) mencionan que en su estudio de capital social en cinco lugares, fueron, en una ciudad, dos suburbios y dos comunidades rurales, las cuales presentaron diferencias considerables en los resultados de los factores generales y específicos, los cuales refuerzan la idea de desarrollar y validar instrumentos para localidades con las mismas características contextuales y de composición (Onyx & Bullen, 2000).

4.3.1. Confianza (CONF)

La confianza se ha manejado como elemento clave del capital social, Fukuyama (1995) describe la confianza como la expectativa que surge dentro de una comunidad, con un comportamiento regular, honesto y cooperativo basado en las normas comúnmente compartidas. Otra definición de confianza es el compromiso de recursos para una actividad donde los resultados dependen del comportamiento cooperativo de otros individuos (Glaeser, Laibson, Scheinkman, & Soutter, 1999, p. 4).

La confianza es un concepto extremadamente abstracto que recae en perspectivas subjetivas, lo que lo hace particularmente difícil de estudiar en términos teóricos (Herreros, 2004, p. 7). No obstante, la confianza ha sido estudiada en muchas disciplinas entre ellas la sociología, psicología, economía y ciencias computacionales. En términos generales la confianza es una medida de confianza, donde una o varias personas se comportarán de la forma esperada y es ampliamente aceptada como un componente de las relaciones sociales. En la psicología se considera un estado del individuo, donde la persona que confía en otro individuo se basa en una expectativa positiva. Así la confianza se construye sobre tres aspectos: cognitivo, emotivo y comportamiento (Beatty, Reay, Dick, & Miller, 2011).

Para Coleman, la confianza es un eje central para determinar el capital social, ésta, se ha manejado como un concepto sociológico perteneciente a una característica subjetiva no emocional, la cual facilita las relaciones e intercambio debido a la reciprocidad o la decisión de confiar (Coleman, 1990), así, la “confianza genera obligaciones de reciprocidad” (Herreros, 2004, p. 10), en espera, que los demás individuos, se manejen con la misma intención de retribuir el favor o beneficio brindado por los integrantes. Enfocándose en esta forma, la decisión de confiar o no, se asocia con el *riesgo* que el primer individuo enfrenta, al no encontrarse completamente seguro de la integridad del otro (Herreros, 2004).

Ahora bien, la decisión por un lado es, una forma racional de actuar en favor o detrimento de otra persona, de esta forma, convertir un concepto abstracto cualitativo a un concepto cuantificable, sólo se puede hacer a través de una escala. Esta decisión de confiar, se convierte en la expectativa que se considera un indicador de la dimensión confianza. Así la confianza es reflejada en la expectativa acerca de la integridad de los otros individuos (Herreros, 2004).

La forma en como se ha medido la confianza a través de preguntas en cuestionarios resulta ser un poco vaga debido a la forma cualitativa. Además, desde la perspectiva de Putnam (1995), menciona, que sería deseable tener fuertes indicadores de comportamiento de la confianza social al ser un tema central en la teoría del capital social.

Herreros (2004), resume que hay dos formas de argumentar que la confianza es una forma de capital social. La primera es en términos de su fuente, así las relaciones de confianza son generadas a través de la participación en redes sociales. La segunda, a través de referencia del hecho que las obligaciones de reciprocidad son asociadas con relación a la confianza.

La relación de confianza tiene dos aspectos característicos que se identifican en la mayoría de las disciplinas que la estudian. Por un lado, se tiene el riesgo, la fuente del riesgo es la incertidumbre con respecto a la intención de la otra parte. Por otro lado, la interdependencia se caracteriza por el hecho que los intereses de las dos partes están relacionados y no pueden lograrse sin depender una de otra (Rousseau, Sitkin, & Burt, 1998)

El aspecto emocional de la confianza define la seguridad y confort de confiar en la otra persona (Kuan & Bock, 2005). Así se vincula la confianza emocional a una seguridad emocional, la cual permite a una persona ir a través de la evidencia o información disponible y sentirse seguro y confortable al confiar en la otra parte.

El aspecto cognitivo de confianza es definido como la confianza basada en la razón y el comportamiento racional y de acuerdo a la teoría del capital social (Coleman, 1988) tres características pueden afectar la confianza cognitiva: los canales de información, normas y sanciones y la obligación de confiar. Así las referencias positivas en la estructura de las relaciones sociales fortalecen los lazos entre los miembros e incrementan la confianza cognitiva en el cual se deposita ésta.

Estudios recientes (Nunkoo, 2015), colocan a la confianza en la sociedad moderna como un elemento esencial para las relaciones sociales, políticas y comunitarias. Nunkoo (2015), menciona que una de las formas donde se identifica la confianza de los ciudadanos, es en el gobierno, específicamente la confianza en lo político y lo define como las creencias de los ciudadanos en los resultados producidos por el sistema político, incluso en la ausencia de un escrutinio constante. De esta forma, la confianza de los ciudadanos, permite al gobierno mantener efectivamente su legalidad y autoridad en la toma de decisiones, y señala su importancia en la buena gobernanza y consolidación democrática sostenible del sistema político (Nunkoo, 2015, p. 623). El estudio de Nunkoo, valida una relación entre el desarrollo turístico y la confianza política del ciudadano, desde esta perspectiva, la confianza social y política establece una relación teórica con el desarrollo del turismo, por el gobierno.

Según Foxtan y Jones (2011), reciprocidad y confianza las agrupan en una sola dimensión y la define como la cantidad de confianza que tienen los individuos en aquellos que conocen y aquellos que no; confianza en las instituciones formales. Estas dimensiones han sido vinculadas cercanamente al capital social, incluso como una parte directa o como un resultado. Algunos ejemplos de indicadores son: confianza en otra gente que es parecida a ti; confianza en otra gente que no es parecida a ti; confianza en las instituciones en los diferentes niveles; haciendo favores y viceversa, percepción de valores compartidos.

Ostrom y Ahn (2003, p. 182), define la confianza como “un nivel específico de la probabilidad subjetiva con la que un agente evalúa que otro agente o grupo de agentes realizará una acción específica”. Ésta implica una oportunidad para ambas partes de incrementar su bienestar a través de la reciprocidad.

4.3.2. Normas sociales (NRMS)

Las recientes investigaciones enfocadas en las normas sociales y comunitarias han sido objeto de estudio reciente, para entender las formas de control dentro de la sociedad. Dichos análisis se han dado desde la psicología social y desde la sociología y convergen en que el comportamiento humano es algo regulado para atender las exigencias hechas por la sociedad. Dunkerley (2016), señala que existen varios mecanismos que se internalizan en el individuo el cual produce necesidades y el deseo de conformar los deseos de su cultura a través de formas populares que se traducen en sanciones insignificantes hasta sanciones enérgicas, y las denomina “normas” (Dunkerley, 2016).

Según Ostrom (2014), las normas son entendimientos aprendidos y compartidos las cuales varían de una cultura a otra y entre grupos, y en las cuales las situaciones cotidianas se expresan de formas diferentes, así, las normas son acciones aprendidas que se basan en las expectativas de lo que otros esperan de los otros miembros comunitarios o institucionales. Ostrom, explica que existen desarrollos recientes en la teoría evolutiva que se apoya en fuertes investigaciones empíricas, para sostener el supuesto de que los humanos modernos, tienen una propensión heredada al aprendizaje de las normas sociales. Sin embargo, el enfoque evolutivo es difícil de aplicar cuando se trata de entender cómo los individuos que son propensos al aprendizaje de normas sociales, interactúan, se adaptan y aprenden en periodos muy cortos de tiempo (Ostrom, 2014).

Según Kandori (1992), menciona que es ampliamente reconocido que en muchas transacciones económicas, los medios informales, son empleados para ejecutar acuerdos mutuamente benéficos, y en muchos casos, la gente se comporta honestamente, porque la honestidad es recompensada, mientras que la deserción es castigada en futuras transacciones. La especificación de un comportamiento deseable, en conjunto con las reglas de sanciones

en una comunidad, pueden ser consideradas normas sociales. Para que una norma social sea sostenible, esta debe ofrecer los incentivos y castigos necesarios a los miembros en cada aspecto (Kandori, 1992).

A un nivel general, las normas regulan el comportamiento de miembros de la sociedad, y son estas las que satisfacen las necesidades sociales a expensas de las necesidades orgánicas. Por lo tanto, al comportamiento social se le ha tratado de explicar desde otras disciplinas, abordando la realidad factual desde el determinismo biológico. La estructura normativa de los sistemas sociales comparte por sí misma las necesidades de ideas religiosas y éticas. Sin embargo, los hechos biológicos determinan parcialmente las normas debido a la necesidad de complementar las necesidades biológicas y de supervivencia (Dunkerley, 2016).

Dunkerley (2016), define la norma social como una expectativa compartida centrada en un estatus particular y en un rol particular las cuales son afectadas por el comportamiento. Derivado de lo anterior surgen dos dimensiones que componen a las normas sociales y son la “expectativa y el comportamiento”.

Las normas sociales influyen en las preferencias de la gente y limitan los bajos costos de transacciones y facilitan el intercambio de información (Bouma et al., 2008). Al respecto Bouma et al., (2008), menciona que la integridad es basada en una norma comúnmente compartida: la norma de comportamiento recíproco.

4.3.3. Redes comunitarias (RDES)

Las redes de compromiso cívico facilitan la coordinación y comunicación y amplían la confianza de la información de otros individuos (Putnam, 1993). Según Coleman (1988), considera que las relaciones sociales es una forma potencial de capital social, estas redes contienen un propósito, el cual es recolectar o mantener información entre los usuarios de una comunidad o asociación.

La membresía de redes sociales, como asociaciones voluntarias, genera relaciones basadas en la confianza. Por lo tanto, sí una persona decide cooperar como miembro en su

asociación, ésta se basa en una completa confianza de que un miembro comunitario tendrá la misma reciprocidad hacia la actitud cooperativa.

Las redes sociales son descritas como una estructura social compuesta por nodos conectados por vínculos, que representan uno o más tipos específicos de interdependencia. Los nodos representan individuos, grupos u organizaciones, mientras que los vínculos conectores son relaciones como valores, ideas, amistades, parentesco, comercio (Sherchan, Nepal, & Paris, 2013, p. 10).

En la ausencia de redes comunitarias fuertes, surge el comportamiento disfuncional en los individuos, pasando por la familia hacia el nivel comunitario, donde algunos grupos son más vulnerables a padecer inequidad y aislamiento (Griffiths et al., 2009, p. 173). Contrario al punto de vista anterior las redes densas y bien formadas, favorecen la actitud de los grupos de interés para buscar nuevas oportunidades y compartir experiencias, particularmente en ambientes dinámicos impredecibles (Baggio & Cooper, 2010, p. 1760).

Para Ostrom y Ahn (2003, p. 167), “las redes densas de intercambio social en términos de la teoría de los juegos, incrementan la repetición y la cercanía de las relaciones, también incrementan la confianza”. Además, las asociaciones como clubes, cooperativas, entre otras, son una forma particularmente importante de capital social porque representan una interacción horizontal intensa.

Para Foxton y Jones (2011), su definición de redes sociales y apoyo social es el contacto y apoyo de familiares y amigos. Estos son vistos como fuentes importantes de capital social. El número y tipo de intercambios entre las personas dentro de la red, así como, las identidades compartidas que se desarrollan, pueden influir en la cantidad de apoyo que un individuo tiene, así como dar acceso a otras fuentes de ayuda. Los indicadores dados por Foxton y Jones son: Frecuencia de ver / hablar con familiares / amigos / vecinos; Extensión de las redes virtuales y frecuencia de contacto; Número de amigos cercanos que viven cerca; Intercambio de ayuda; Control percibido y satisfacción con la vida (Foxton & Jones, 2011, p. 4).

En el ámbito turístico (Baggio & Cooper, 2010), la transferencia de conocimiento, los recursos culturales y el involucramiento es un pre-requisito para la innovación y la competitividad. Así, dentro de las prácticas de la gestión turística, ésta se enfoca en la eficiencia y efectividad de la información y transferencia de conocimientos que suceden entre las diferentes organizaciones que necesitan colaborar para ofrecer productos compuestos y en este caso los destinos compiten para atraer más clientes (Ritchie & Crouch, 2003a).

En el estudio de Baggio y Cooper (2010), al conceptualizar los destinos como redes de organizaciones, lo asocian como un sistema dinámico complejo que es capaz de analizarse a través de las redes sociales. Las redes sociales se han definido como un conjunto específico de vínculos entre un conjunto de personas, con la característica propia de quien usa estos vínculos adopta el comportamiento específico que estas redes brindan, las redes promueven la colaboración efectiva y aseguran la integración dentro de un grupo (Baggio & Cooper, 2010, p. 1758; Tolkach & King, 2015). Baggio y Cooper (2010), conceptualizan al destino como redes de organizaciones conectadas, públicas y privadas, en donde cada una de éstas puede ser considerada como un grupo de interés (stakeholder) del destino.

En el contexto turístico, específicamente en el turismo de base comunitario, estudios recientes (Tolkach & King, 2015), han analizado como las redes sociales o de trabajo colaborativas, ayudan al desarrollo socioeconómico de los países menos desarrollados. Sin embargo, Tolkach y King (2015), señalan que han sido raros los éxitos relacionados con el turismo de base comunitaria y los logros han sido modestos. Para Tolkach y King (2015, p. 389) “las redes son una relación formal que ha sido conscientemente establecida a propósito para conectar múltiples actores”. Muchas de las fallas han sido asociadas a la falta de vínculos con el sector privado y las estrategias de marketing y canales de distribución han sido pobres en su difusión. De esta forma las redes se describen como vínculos intangibles socialmente construidos y colaboraciones entre instituciones, como los individuos, negocios y organizaciones no-gubernamentales (Tolkach & King, 2015).

4.3.4. Participación comunitaria (PCOM)

La participación de los residentes en las actividades comunitarias fortalece la cohesión social, empodera a los individuos, promueve posteriormente el involucramiento comunitario, y se interesa por otros miembros dentro de la comunidad. Además tiene la fuerza para reducir los conflictos ideológicos incluyendo las desigualdades de salud (Griffiths et al., 2009).

La definición dada por Foxton y Jones (2011), de participación es: “La participación individual en los asuntos locales y nacionales y la percepción de la capacidad de influir en ellos. Los indicadores de dicha dimensión son: Percepciones sobre la capacidad de influir en los eventos; Qué tan bien informado se está sobre asuntos locales y/o nacionales; Contacto con funcionarios públicos o representantes políticos; Participación en grupos de acción local; Propensión a votar” (Foxton & Jones, 2011, p. 4).

La participación social es definida por la participación y voluntariado en grupos organizados. Algunos indicadores miden las fuentes de capital social (por ejemplo, los relacionados con los contactos personales y las interacciones que se realizan al reunirse con personas a través de clubes, iglesias, organizaciones, etc.). Otros están midiendo los resultados del capital social. Por ejemplo, el trabajo voluntario es un indicador importante de la voluntad de las personas de emprender actividades que beneficien a los demás y a la comunidad en general (Foxton & Jones, 2011).

En la literatura se menciona que el enfoque de participación puede permitir el empleo de los principios del turismo sostenible, al generar y fortalecer las oportunidades para los residentes de obtener beneficios más amplios y balanceados, derivados de la actividad turística que se está llevando a cabo en su localidad, la cual, se direcciona de forma positiva en una actitud de preservación de los recursos naturales y locales (Foxton & Jones, 2011; Rahmawati et al., 2014). Sin embargo, sólo existe participación cuando los residentes se encuentran dispuestos a colaborar en el procedimiento de planeación (Prabhakaran et al., 2014).

En el mismo contexto Glass (1979), menciona que la participación comunitaria en el desarrollo, produce gran intercambio de información entre la comunidad y los planeadores,

el cual puede ser un componente significativo para mantener el desarrollo socio-económico y ambiental.

De esta forma, la participación comunitaria se convierte en el proceso de ser parte de un sistema democrático que abarca el proceso de toma de decisiones (Prabhakaran et al., 2014). Al respecto Prabhakaran et al., (2014), concluye que mientras se dé el involucramiento en el proceso de decisiones y la participación de las comunidades en el empleo de la industria turística, los beneficios reportados son directamente económicos.

La participación social es una dimensión de relevancia considerada por la UNESCO como factor de generación de cultura y capital social, además, se pueden observar los resultados de la participación en el desarrollo de una comunidad. La cultura juega un papel fundamental en la consolidación y fortalecimiento de la calidad de vida y bienestar individual y social, los cuales forman parte de la prosperidad social percibida por los individuos y comunidades. La cultura se considera un factor decisivo para mejorar las capacidades humanas e incrementa el capital social.

Resumen del capítulo

La identificación del capital social desde principios del siglo pasado se fue haciendo relevante por aportaciones teóricas de diversos académicos, su estudio inició en contextos educativos. Posteriormente, adquiere relevancia en contextos de la industria y pasa a ser estudiado en las comunidades turísticas de diferentes países. Los aportes académicos a este constructo han desarrollado diferentes dimensiones que van de la confianza, normas, redes internas y externas y participación comunitarias.

Desde esta perspectiva el uso del capital social como política ha funcionado para que las comunidades puedan ir escalonando las etapas del desarrollo económico. Una parte importante que subyace en este constructo es la capacidad de resiliencia de los residentes comunitarios para desenvolverse en cualquier actividad que involucre directamente el uso de sus recursos naturales, culturales y sociales.

CAPÍTULO V. HIPÓTESIS Y VARIABLES

5.1 Hipótesis de trabajo planteadas

Las hipótesis de trabajo se encuentran relacionadas con las preguntas de investigación las cuales se encuentran redactadas de la siguiente forma:

Pregunta principal de investigación:

¿Se puede validar un instrumento que capture las dimensiones de CSC, CDTS, PROSP, en 10 comunidades turísticas asociadas a RITA?

De acuerdo con la pregunta de investigación, la hipótesis planteada se redacta de la siguiente forma:

1. H1a. La escala de medición desarrollada para CSC, CDTS, PROSP, es válida y fiable.

Esta hipótesis encuentra su fundamento en la ausencia de instrumentos de medición que se hayan publicado académicamente para el contexto de comunidades turísticas en México. Para el capital social hay estudios empíricos que demuestran su aporte a diferentes industrias entre ellas la turística (Jiuxia & Xi, 2014; Okazaki, 2008), hay que destacar que el uso de capital social se ha propuesto como alternativas para la reducción de la pobreza, en México se cuenta con la encuesta ENCASU la cual genera determinantes del capital social, no obstante, las mediciones de éste en el ámbito rural y comunitario para el caso mexicano al igual que prosperidad social (Ramos & Ibarra, 2017) y competitividad de los destinos turísticos en el contexto de México, es escasa, de esta forma la hipótesis principal hace alusión al desarrollo de un instrumento que sea válido y confiable.

Pregunta secundaria de investigación:

¿Cómo se relaciona el capital social comunitario, la competitividad de los destinos turísticos sostenibles y prosperidad social de los destinos?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación secundaria, se establecieron hipótesis entre cada constructo teórico (ver tabla 5) estas se derivaron de los antecedentes teóricos de cada variable, a continuación, se desglosan las relaciones entre variables que validan esta propuesta en el contexto del turismo comunitario. Al final de este apartado se muestra el modelo conceptual donde se plasman las hipótesis de correlación. Las hipótesis propuestas son las siguientes:

Tabla 5

Hipótesis secundarias

H2a:	El CSC tiene una correlación positiva con CDTS
H2b:	El CSC tiene una correlación positiva con PROSP
H2c:	La CDTS tiene una correlación positiva con PROSP

1. La hipótesis (H2a) el capital CSC tiene una correlación positiva con CDTS.

Esta hipótesis encuentra su fundamento en la revisión bibliográfica, por ejemplo Chuang, Chen y Lin (2016), encontraron que el capital social influye en la ventaja competitiva en un contexto de empresas localizadas en un parque industrial. Para Fountain (1998) el capital social ejerce influencia en la innovación en ciencia y tecnología. De esta forma el capital social en las empresas puede incrementar el stock de conocimiento al compartirlo, cooperar y participar en las redes de aprendizaje, permitiendo la mejora y la generación de ventaja competitiva (Fountain, 1998). La teoría del CSC, tiene sus antecedentes en la economía política y ha dado lugar a muchos estudios, vinculando al capital social con el desempeño económico y desarrollo social en comunidades (Atria et al., 2003; Ostrom & Ahn, 2003).

La premisa que subyace del capital social, son las formas de organización y acción colectiva que se manifiestan en el logro de objetivos comunes (Ostrom, 2014). Algunos estudios se han enfocado en las comunidades como ente generador de

capital social. Las comunidades han encontrado a través de las normas compartidas, la cooperación, la confianza y reciprocidad, la participación y las redes sociales al interior y al exterior de la comunidad, la forma de generar iniciativas de gestión que impacten en el uso de recursos comunitarios y desarrollo local (Enfield & Nathaniel, 2013; Fountain, 1998).

En este contexto comunitario del capital social y dependiendo de la cantidad del mismo, existe evidencia empírica que por un lado, muestra que las comunidades con altos grados de capital social son propensas de generar habilidades de gestión de sus recursos comunitarios y de inversiones, en una forma sostenible (Bouma et al., 2008).

La competitividad a largo plazo de un destino turístico está determinada en gran medida por un balance entre la cooperación y la competencia de negocios o prestadores de servicios turísticos. Además, estudios previos sugieren que la buena voluntad y cooperación de los residentes comunitarios son elementos esenciales en las iniciativas del desarrollo turístico. La experiencia ha mostrado que los negocios no pueden establecer una industria turística sostenible sin la cooperación, apoyo y participación de residentes (Park et al., 2012).

Para Dwyer, divide el capital social en dos vectores, por un lado, el capital humano como empleados, contratistas, proveedores y consejeros o asesores para los negocios. Por el otro lado, es la inversión hecha por los sistemas sociales que apoya a los negocios la cual se conforma principalmente de la inversión en inteligencia, creatividad, experiencia, habilidades, talentos, y educación en todos los niveles logísticos y operativos del destino (Dwyer, 2005, p. 3).

2. La H2b, menciona que el CSC se tiene una correlación positiva con PROSP. De acuerdo con el banco mundial, el capital social es un elemento que se relaciona con la percepción de prosperidad social, esta relación se ha estudiado en contextos urbano-rural en países como Italia, España, Estados Unidos de Norteamérica, entre otros. Los organismos internacionales (Woolcock & Narayan, 2000) han

examinado diferentes factores que han permitido a las economías nacionales de países desarrollados lograr crecimiento económico sostenido y prosperidad a largo plazo. La fuerte competencia en un nivel macroeconómico crea los recursos que mejoran la calidad de vida material (Balkyte & Tvaronavičiene, 2010).

Yoon y Park (2008) realizaron un análisis correlacional en unas Villas turísticas rurales en Corea y señalan que existen relaciones entre capital social y los efectos percibidos del turismo. Además, mencionan que los grupos de residentes con un alto capital social fueron más propensos a percibir de una forma positiva los efectos económicos, socioculturales y ambientales. En este mismo contexto, existen comunidades que cuentan con elementos de alto potencial de aprovechamiento turístico y que buscan en el turismo una actividad alterna a sus actividades diarias o como una actividad de la cual se puedan beneficiar debido a la limitación o exclusión de uso de los recursos naturales.

La prosperidad social es un enfoque que se ha venido trabajando a la par en el desarrollo y crecimiento económico. En el trabajo de Putnam, el argumenta que el capital social en el norte de Italia ha desempeñado un rol que mejora la eficiencia y favorece el éxito del desarrollo económico. Este crecimiento se ha dado a través de cooperación voluntaria de los individuos, confianza mutua, compromiso cívico y redes horizontales en la región para la acción colectiva (Coleman, 2010; Putnam, 1993).

Hospers y Lochem (2002, p. 52), en su trabajo, señalan que existe un gran interés en el vínculo entre capital social y el desempeño económico, donde el capital social se considera un factor complementario a otras formas de capital, además, puede incrementar los niveles de prosperidad a nivel local e incluso nacional.

3. La hipótesis (H2c), menciona que CDTS tiene una correlación positiva con PROSP, en la literatura donde se enmarca la competitividad de los destinos se menciona en un contexto macroeconómico, que la prosperidad es una variable que se correlaciona con competitividad. La CDTS se ha explicado por diferentes

dimensiones las cuales establecen relaciones entre las que destaca prosperidad social (Crouch & Ritchie, 1999) y sus indicadores calidad de vida y bienestar social (Muzaffer Uysal, Sirgy, Woo, & Kim, 2015), y otros más, con los beneficios económicos derivados de la demanda turística (Kayar & Kozak, 2010).

En el sector servicios, el desarrollo de la oferta turística se ha incrementado en las últimas décadas, en éste sector se ven involucrados: empresas, gobiernos, prestadores de servicios turísticos y residentes; éstos dos últimos agentes, así como las empresas, persiguen satisfacer sus necesidades, por lo tanto, las empresas y los prestadores de servicios al igual que los residentes, buscan mantener una participación activa en el mercado turístico empresarial para obtener la mejor rentabilidad (empresa); por parte de los residentes estos buscan mejorar su calidad de vida, el bienestar social y mejorar la percepción de prosperidad social, derivada de la actividad turística (Vodeb, 2012; Wondowossen et al., 2014).

El significado de la competencia turística se puede explicar a través de las relaciones que existen entre las naciones y las empresas y sus funciones entre los destinos debido a los efectos de la globalización (Hong, 2008). Dadas las condiciones antes señaladas, la competencia se encuentra en una trayectoria que abarca un periodo dinámico, donde el nivel de prosperidad de la gente local se puede incrementar (Kozak et al., 2009) además de incluir prácticas sostenibles en los destinos turísticos (Marzo-Navarro et al., 2015).

5.2 El modelo conceptual

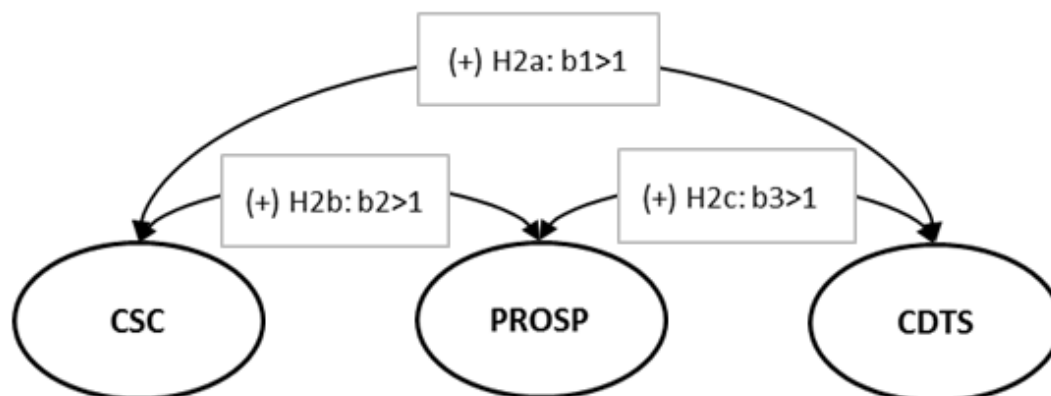


Figura 3. Modelo conceptual de investigación.

5.3. Variables

Una vez identificadas las variables en la revisión bibliográfica y plasmadas en capítulo I se diseñaron las preguntas de investigación y objetivos. Posteriormente se diseñó el marco teórico, y se estableció el modelo conceptual en el cual se establecieron las asociaciones entre los constructos, enfocándose en el desarrollo de hipótesis. A continuación, se muestra la tabla que enmarca los, constructos teóricos y las dimensiones del presente estudio. Posteriormente se establece la conceptualización y operacionalización.

Tabla 6
Variables y dimensiones del estudio

Constructo teórico	Dimensiones
Capital social comunitario	Confianza Normas comunitarias Redes Participación comunitaria
Competitividad de los destinos turísticos	Recursos de los destinos turísticos Recursos naturales

Prosperidad social de los destinos turísticos	Recursos creados Gestión de los destinos Gestión de beneficios ambientales Gestión de beneficios culturales Distribución de la riqueza Calidad de vida Prácticas sostenibles
Elaboración propia	

5.3.1. Operacionalización y conceptualización

Capital Social Comunitario (CSC)

El capital social comunitario se conceptualiza como la capacidad que tienen las personas de una comunidad de organizarse y adaptarse colectivamente a los patrones conductuales establecidos para obtener un bien común.

Se define operacionalmente como el grado de acuerdo de confianza a los individuos e instituciones internos y externos de la comunidad, el grado de acuerdo de las normas compartidas entre los miembros comunitarios, las redes como la frecuencia de contacto y apoyo de familia y amigos y la disposición de participar en actividades de orden comunitario.

Confianza (CONF). Se define operacionalmente como el grado de acuerdo del residente de confiar en agentes internos y agentes externos. Para medir esta variable se le pregunto al residente su grado de acuerdo con las afirmaciones, se usó una escala Borgadus de 1 a 10; donde 1 es completamente en desacuerdo a 10 completamente de acuerdo.

Normas (NRMS). Se define operacionalmente como el grado de acuerdo que el residente tiene de las normas o estatutos implícitos compartidos en la comunidad. Para medir esta variable se le pregunto al residente su grado de acuerdo las afirmaciones establecidas; se usó una escala Borgadus de 1 a 10; donde 1 es completamente en desacuerdo a 10 completamente de acuerdo.

Redes comunitarias (RCOM). Se define operacionalmente como el grado de frecuencia de generar vínculos dentro y fuera de la comunidad. Para medir esta variable se le pregunto al residente sobre su grado de frecuencia de generar vínculos dentro y fuera de la comunidad; se usó una escala Borgadus de 1 a 10; donde 1 es nada frecuente a 10 muy frecuente.

Participación comunitaria (PCOM). Se define operacionalmente como el grado de frecuencia a participar en la comunidad.

Para medir esta variable se le pregunto al residente su grado de frecuencia a participar en la comunidad; se usó una escala Borgadus de 1 a 10; donde 1 es nada frecuente a 10 muy frecuente.

Competitividad de los destinos turísticos sostenibles (CDTS)

La CDTS se conceptualiza como la capacidad que tiene un lugar geográfico de crear una oferta de mercado turístico sostenible y ofrecer experiencias de calidad a turistas a través de la correcta vinculación entre los elementos tangibles e intangibles.

La CDTS se define operacionalmente como el grado de percepción que los residentes tienen sobre los atributos que componen los recursos naturales y culturales para ser valorados como importantes para la atracción de turistas. También se define como la capacidad de evaluar las acciones que desarrollan los residentes comunitarios para gestionar los recursos de los destinos, la gestión de beneficios ambientales y gestión de beneficios socioculturales.

Recursos de los Destinos Turísticos (RDT)

Los RDT se conceptualizan como los atractivos naturales, culturales y recursos creados que sirven como primer elemento de atracción de turistas. Los recursos de los destinos turísticos se definen operacionalmente como la cantidad de recursos naturales, recursos culturales y recursos creados que poseen los destinos turísticos sostenibles y que son percibidos por los residentes como importantes para atraer turistas al destino.

Recursos Naturales (RNAT). Se define operacionalmente como el grado de importancia que el residente asigna a las actividades turísticas y atributos naturales que fomentan la visita hacia el destino turístico comunitario.

Recursos Culturales (RCUT). Se define operacionalmente como el grado de importancia que el residente asigna a las manifestaciones arquitectónicas, artísticas y artesanales que fomentan la visita hacia el destino turístico comunitario.

Recursos Creados (RECR). Se define operacionalmente como el grado de calidad que el residente asigna a la infraestructura creada para apoyar la actividad turística que fomenta la visita hacia el destino turístico comunitario.

Para medir las variables observadas (RNAT y RCUT) se le pregunto al residente sobre el grado de importancia que tienen los recursos que fomentan la visita hacia el destino turístico comunitario, con una escala de Borgadus de 1 a 10; donde “1 es definitivamente nada importante y 10 definitivamente muy importante”. Para medir la variable observada (RCRE) se le pregunto al residente sobre el grado de calidad de los recursos usando una escala de Borgadus de 1 a 10; donde “1 es muy bajo y 10 muy alto”.

Gestión de los Destinos Turísticos (GDTS).

La GDTU se conceptualiza como la habilidad que tiene el destino de usar sus recursos efectivamente a largo plazo. La GDTU se define operacionalmente como las acciones que desarrollan los residentes en la gestión turística, la gestión de beneficios ambientales y gestión de beneficios socioculturales en el periodo comprendido de 1 año.

Gestión Turística (GDT). Se define operacionalmente como el grado de frecuencia que el residente asigna a las acciones que involucran el proceso de gestión turística del destino para usar sus recursos efectivamente.

Para medir esta variable se ocuparon dos tipos de escala, la primera sección del ítem 54 al 60 y se le pregunto al residente sobre el grado de frecuencia de las acciones involucradas en el proceso de gestión turística, usando una escala Borgadus de 1 a 10; donde 1 es nada frecuente a 10 muy frecuente. La segunda sección, comprende del ítem 61 al 63 y se le

pregunto al residente calificar las afirmaciones usando una escala Borgadus de 1 a 10; donde 1 es muy bajo a 10 muy alto.

Gestión de Beneficios Ambientales (GBAM). Se define operacionalmente como el grado de acuerdo que el residente asigna a las prácticas de cuidado de la naturaleza. Para medir esta variable se le pregunto al residente sobre el grado de frecuencia de las prácticas de cuidado de la naturaleza realizadas por los residentes, se usó una escala Borgadus de 1 a 10; donde 1 es nada frecuente a 10 muy frecuente.

Gestión de Beneficios Socio-Culturales (GBSC). Se define operacionalmente como el grado de percepción que el residente asigna a los cambios derivados de la actividad turística. Para medir esta variable se le pregunto al residente sobre su grado de percepción de los beneficios derivados de la actividad turística, usando una escala Borgadus de 1 a 10; donde 1 es muy bajo a 10 muy alto.

Prosperidad Social de los Destinos Turísticos (PROSP)

Se conceptualiza como la percepción positiva de la distribución de los beneficios tangibles e intangibles asociados a la gestión de los recursos para la práctica turística.

Se define operacionalmente como el grado de percepción de mejora en la distribución de la riqueza, mejora en el acceso y calidad de los servicios básicos, y frecuencia en la participación de prácticas ambientales.

Para medir esta variable se le pidió al residente su grado de percepción de mejora en la distribución de la riqueza, acceso y calidad de servicios básicos y participación en prácticas de conservación. Se usó una escala Borgadus de 1 a 10; donde 1 es muy bajo a 10 muy alto.

Resumen del capítulo

En este capítulo se presentó el desarrollo de hipótesis relacionadas con las preguntas de investigación, brindando una descripción de los antecedentes relacionales empíricos entre los principales constructos de investigación, las cuales apoyan el desarrollo de las hipótesis. Posteriormente se presentó el modelo conceptual el cual muestra gráficamente los senderos

bidireccionales que hacen alusión a las correlaciones y entre cada sendero se presenta el esquema de las hipótesis.

Finalmente, en el apartado de variables se desarrollo una tabla que hace alusión a las variables latentes del estudio. Posteriormente la conceptualización y operacionalización de variables se presentó ya que es un requisito en los estudios que lleven metodologías cuantitativas, y con esto integrar un elemento más a la validación de las escalas.

CAPÍTULO VI. METODOLOGÍA

El objetivo de este capítulo fue desarrollar el proceso metodológico que conlleva la investigación con enfoque cuantitativo. Según Creswell (2012), existen tres etapas conceptuales que representan la perspectiva en el proceso metodológico sobre la presentación de información, de una forma sucesiva que deriva de amplias construcciones epistemológicas, a los procedimientos más estrechos de los métodos. Para Creswell (2012), el enfoque de investigación, el diseño de investigación y el método de investigación son los términos clave que deberían acompañar a cualquier tipo de estudio.

De esta forma, en este capítulo, se presenta el abordaje con el cual se dio respuesta a la prueba de hipótesis, bajo este supuesto, el presente capítulo se desarrolla de forma similar a la estructura propuesta por Creswell (2012).

6.1. Enfoque de investigación

El enfoque de investigación, son planes y procedimientos para investigar desde una perspectiva amplia, hacia los métodos más detallados de obtención de datos, análisis e interpretación de datos (Creswell, 2012, p. 31).

La investigación científica puede ser abordada por medio de tres enfoques más comunes de investigación, los cuales se denominan cualitativo, cuantitativo y mixto (Williams, 2007). Atrás de estos enfoques existen diferentes paradigmas filosóficos que respaldan cada uno de estos tres enfoques de investigación: positivismo; post-positivismo; construccionismo; fenomenología, paradigma crítico, entre otros (Babbie, 2007; Creswell, 2012).

Para efectos de este estudio, el marco epistemológico en el que se basó esta investigación es el post-positivismo, el cual tiene una fuerte influencia en el campo de investigación de las ciencias sociales al hacer uso de técnicas estadísticas, para comprobar relaciones teóricas de diferentes variables al medir el grado de relación entre éstas (Hueso & Cascant, 2012), por tanto, el enfoque de investigación en el cual se enmarca esta investigación es el cuantitativo.

6.1.1. Alcance o propósito de la investigación

Según Sampieri (2010), los alcances o propósitos de investigación son cuatro: exploratorio, descriptivo, correlacional, explicativo; estos propósitos forman la estructura del continuo de causalidad, aunque en la práctica, la investigación puede incluir elementos de más de uno de los alcances (p. 78). No obstante, otros autores como Babbie (2007), señalan que la investigación en Ciencias Sociales tiene diferentes alcances de investigación, entre los más comunes se pueden mencionar tres: exploración, descripción y explicación (Babbie, 2007).

Para efectos del presente estudio el propósito de investigación es descriptivo-correlacional, a continuación, se desglosan estos tipos de propósitos.

Los estudios descriptivos buscan crear una imagen o descripción del fenómeno estudiado a partir de sus características, describir en este caso, es sinónimo de medir. En la investigación cuantitativa en las ciencias sociales, se miden variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas o grupos en los cuales se ha identificado el fenómeno. Los estudios descriptivos no buscan establecer relaciones entre las características del fenómeno (Grajales, 2000). Babbie (2007, p. 89), menciona que la mayoría de estudios científicos sociales buscan describir las situaciones o eventos, para Babbie, los estudios descriptivos inician con la observación para terminar describiendo lo que se observó.

Los estudios correlaciones además de enmarcar dentro de sí a los estudios descriptivos, estos buscan medir el grado de relación y la manera en cómo interactúan dos o más variables entre sí que se tienen de una misma muestra o sujetos (Grajales, 2000). Similar a la definición de Grajales, Creswell (2012, p. 41), menciona que el diseño correlacional, es el método en el cual los investigadores usan la estadística para describir y medir el grado de asociación o relaciones entre dos o más variables, encontrándose ésta en técnicas de modelado estructural, modelado lineal jerárquico y regresión logística.

6.2. El diseño de investigación

El diseño de investigación es una parte elemental que guía el proceso de investigación científica. En este apartado y de acuerdo con Babbie (2007), se debe especificar con precisión lo que se pretende conocer y decidir la mejor forma de hacerlo. De acuerdo con la pregunta planteada de investigación, y para conocer la asociación entre variables, el diseño de esta investigación se denomina correlacional.

En la investigación correlacional se vinculan variables mediante un patrón predecible para un grupo o población (Babbie, 2007). En este tipo de estudios, el objetivo final es conocer la relación o grado de asociación entre dos o más variables, conceptos o categorías en un contexto determinado. Este tipo de análisis se ocupa para conocer el comportamiento de una variable cualquiera en relación a otras variables (Pérez-Juste, 2012). El estudio será correlacional cuando los antecedentes proporcionen generalizaciones que vinculan variables sobre las cuales trabajar (Briones, 1996; Cruz-García, 2014).

La obtención de información a través de este tipo de investigación para las ciencias sociales tiene tres diferentes tipos de acercamiento para coleccionar los datos de las fuentes primarias: la investigación por encuestas (donde se obtienen los datos de primera mano de los sujetos bajo estudio); la medición directa y la observación (Babbie, 2007).

Para la recolección de datos se ocupó la investigación por encuestas con un cuestionario estructurado con preguntas politómicas. La dimensión temporal para este estudio y según el periodo de tiempo en el cual se desarrolló, se denomina investigación transversal (Babbie, 2007).

6.2.1. Descripción de la población

La población de estudio fueron los destinos turísticos comunitarios. Bajo este concepto existe una red de comunidades indígenas y campesinas, que se agrupan en diversas localidades y municipios de diferentes estados de la República Mexicana. Al respecto, existe una asociación que se denomina: Red Indígena de Turismo de México (RITA), la cual agrupa en su mayoría comunidades indígenas que tienen como principal actividad económica el turismo.

La asociación propicia la autogestión del turismo, de forma que las comunidades asuman el papel más importante en la planificación, operación, desarrollo y supervisión de sus negocios propios, asociados a la preservación y aprovechamiento de sus recursos. En México la asociación tiene catalogados a diferentes destinos por zonas geográficas y Estados (ver tabla 6).

Tabla 7
Estados con destinos turísticos comunitarios mexicanos

Zona geográfica	Estado
Occidente	Colima, Michoacán
Centro Sur	Ciudad de México, Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Morelos, Oaxaca, Puebla, Tlaxcala y Veracruz
Sureste	Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la Red Indígena de Turismo de México.

Los destinos turísticos comunitarios son en un amplio contexto, comunidades rurales con características organizativas en el ámbito religioso, social y cultural. Algunas comunidades iniciaron sus actividades turísticas después de que sus lugares geográficos se les categorizaran como área natural protegida o después de ser empresas agroforestales (Fatimah, 2015). Los criterios de inclusión para los destinos turísticos comunitarios son:

- 1- Que sea comunidad indígena o mestiza
- 2- Que tenga recursos naturales en aprovechamiento turístico
- 3- Que tenga recursos culturales en aprovechamiento turístico
- 4- Que generalmente hagan asambleas para consensar los temas más importantes sobre el manejo y uso de los recursos naturales y culturales
- 5- Que parte de su actividad económica o de subsistencia haya dependido del aprovechamiento de la flora y fauna
- 6- Que pertenezca a la asociación RITA

Dicha información fue proporcionada por la Red Indígena de Turismo de México y se levantó la encuesta con la finalidad de validar el instrumento de medición propuesto

6.2.2. El tamaño de la muestra

El tamaño de muestra depende del método que se utilice, existen reglas generales que aplican para la estadística inferencial en técnicas de análisis de primera generación. No obstante, los advenimientos de nuevos métodos de análisis han cambiado dichas reglas con las técnicas de segunda generación (Geiser, 2013; Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2014; Kevin, 2017).

Las técnicas de segunda generación establecen diferentes criterios o reglas de aplicación (Hox, 2010). Para Hair et al., (2014) la regla general para la estimación de la muestra dependerá del alcance y recursos que se determinen en la investigación y en escoger adecuadamente el tipo de método a usar.

Dado que el propósito del estudio consiste en la validación de un instrumento de medición éste no tiene un carácter inferencial: Por tanto, el tamaño de muestra se refiere a la identificación de los ítems que conforman cada uno de los constructos (competitividad, capital social comunitario y prosperidad social).

Bajo el contexto anterior, las reglas para determinar el tamaño de la muestra del presente estudio se enfocan a la identificación de los factores de estudio del presente trabajo y por tanto se utilizan técnicas de simulación de Monte Carlo para determinar el tamaño de muestra necesario (Muthén & Muthén, 2002).

Según Muthén y Muthén (2002), el tamaño de muestra depende de los ítems que identifican a cada dimensión. Por ejemplo, Hair et al., (2014) y Schumm y Stevens (2006), proponen el criterio de cantidad absoluta de casos como 200 observaciones para un análisis SEM. Para Kline (2011), Worthington y Whittaker (2006), proponen 5, 10 y 20 casos por parámetro. Para Catena et al., (2003), propone de 8 a 15 casos por variable observada, incluyendo las variables latentes. Y otros proponen que la muestra tienen que ir relacionada con la potencia estadística, el tamaño del efecto y las pruebas de significancia, donde N

permita tener una potencia estadística mayor o igual a 0.80 (Cohen, 1992), con la probabilidad de obtener un resultado significativamente estadístico para rechazar la hipótesis nula cuando es falsa.

Las técnicas de Monte Carlo (Meuleman & Billiet, 2009; Muthén & Muthén, 2002; Paxton, 2001), son aplicada en el contexto de modelado estructural, con la cual se hacen simulaciones para poder llegar a una muestra acorde con el poder estadístico de los efectos que una variable pueda tener sobre otra, hablando de validez interna o externa sobre la población según sea el caso. Otros investigadores mencionan que la técnica Monte Carlo es práctica y aplicable a diferentes contextos de investigación y donde el tamaño de la muestra no sea lo suficientemente grande dadas diferentes condiciones (In'nami & Koizumi, 2013), de esta forma recomiendan utilizar el análisis para simular el tamaño de muestra requerido.

Siguiendo a Muthén y Muthén (2002), los requisitos del tamaño de muestra para el modelado de análisis factorial confirmatorio oscila entre 100 y 150 para una potencia de 0.74 a 0.89. El sesgo que es recomendable por debajo de 0.80 para la prueba de potencia es de 5% (Cohen, 1988). Para el caso del presente estudio se utiliza un tamaño de muestra de 103 observaciones, considerando que la potencia se encuentra suficientemente cercano a una potencia satisfactoria, debido a que se usa este tamaño para identificar cada una de las variables latentes por separado.

Es importante mencionar, que este estudio no pretendió generar inferencia estadística en la muestra poblacional, lo que se buscó, fue generar una prueba piloto con una muestra adecuada para la validación de un instrumento de medición por medio de la metodología de modelado de ecuaciones estructurales, con la cual se identificaron los elementos del capital social comunitario, de competitividad de los destinos turísticos sostenibles y prosperidad social con la finalidad de poder asociar y explicar efectos en estudios posteriores

Dado que el estudio tiene como eje fundamental la validación de un instrumento de medición se levanta la muestra no-probabilístico, tomando en consideración la información brindada por la Red Indígena de Turismo de México, dando un total de N=10 comunidades y una muestra de observaciones de n=103 (ver tabla 8).

Tabla 8

Nombre de las comunidades de la muestra

Estado	Comunidades
Colima	La María El Carrizalillo
Estado de México	San Juan Teotihuacán
Guerrero	Grutas de Cacahuamilpa
Michoacán	San Juan Nuevo Cherán Isla Yunuén
Morelos	Amatlán de Quetzalcoatl Los Laureles (Casa de la mujer campesina)
Oaxaca	Capulalpám

Nota. Elaboración propia con datos de Red Indígena de Turismo de México.

El proceso de selección de las unidades de observación (residentes) se hizo a través de la técnica no-probabilística bola de nieve, con ciertos criterios de selección, los cuales fueron:

- Que su principal actividad laboral sea la turística dentro de la comunidad
- Que sean comuneros o ejidatarios.

La técnica para la recolección de datos fue a través de entrevistas cara a cara, utilizando como guía el cuestionario estructurado. Las entrevistas se realizaron con los residentes de las comunidades.

6.2.3. Descripción de las unidades del muestreo y comunidades

De las diez comunidades asignadas se seleccionaron diez sujetos por cada comunidad en promedio, dando un total de 103 residentes locales encuestados. Para diferenciar género, se ocupó el número “1” para identificar a mujer y el número “2” para identificar a hombre. La participación del género “mujer” en la entrevista fueron de 54 lo que representa un 52.43%; la participación para el género “hombre” fueron de 49 lo que representa un 47.57% de un total de 103 personas entrevistadas.

Para la característica “Edad” del encuestado, se le pregunto directamente al residente el número de años cumplidos al momento de la aplicación del cuestionario, a continuación, se

resume la edad por rango. Se debe mencionar que no se estableció un rango de edad predeterminado. Los mayores porcentajes identificados de la categoría edad fueron los que se situaron en un rango de 26-35 y de 36-45 años, ambos rangos representan un 52.42% del total de 103 personas, lo que se observa es que son rangos de edad que se manejan en una edad productiva, no obstante los rangos de 56-65 y ≥ 66 , representan un 32.04%; finalmente los rangos de edad con menor participación laboral en el turismo fueron los rangos de 15-25 y 46-55, representando un 7.77% cada rango.

Para conocer el nivel de escolaridad del residente se le pregunto directamente el grado de estudio académico terminado. Lo que se observa con relación al nivel de escolaridad de los residentes es que los mayores porcentajes del nivel de escolaridad de los residentes comunitarios que participaron en la entrevista se encuentran a nivel bachillerato con un 27.18%, el siguiente es la primaria con un 25.24%, secundaria con un 22.33%, educación superior obtuvo un porcentaje de 16.50%, finalmente educación técnica y la categoría sin estudios obtuvieron los porcentajes más bajos.

Para conocer el estado civil del residente se le pregunto directamente sobre éste, clasificando su respuesta como se describe. De las 103 personas entrevistadas 71 personas refirieron estar casados lo que represento el mayor porcentaje con un 68.93%, las personas solteras fueron 21 lo que represento un 20.39% del total de 103 y una sola persona no contesto la pregunta del estado civil.

A continuación, se presenta la tabla con características descriptivas de las diferentes comunidades.

Tabla 9

Características descriptivas de las comunidades de la muestra

Estado	Comunidad y nombre del sitio turístico	Localización geográfica	Número de Habitantes	Actividades productivas
Colima	La Becerrera/Laguna la María	Longitud: 103°77'52' Latitud: 19°45'41'	274 habs. 137 hombres 137 mujeres	Agricultura, actividades pecuarias, frutícolas y turismo

Estado	Comunidad y nombre del sitio turístico	Localización geográfica	Número de Habitantes	Actividades productivas
		Altitud: 1200msnm		
Colima	Villa de Álvarez/El Carrizalillo	Longitud: 19°41'28' Latitud: 10°36'75' Altitud: 1425 msnm	100,121 habs. 48535 hombres 51586 mujeres	Agricultura, minería, aprovechamiento forestal, actividades pecuarias, pesca, caza y turismo
Estado de México	San Juan Teotihuacán	Longitud: 19°67'34' Latitud: 98°85'52' Altitud: 2270 msnm	53,010 habs. 26,000 hombres 27,010 mujeres	Agricultura, Cría y explotación de animales, turismo, minería, comercio
Guerrero	Grutas de Cacahuamilpa	Longitud: 18°44'67' Latitud: 99°56' Altitud: 1283 msnm	1,359 habs. 667 hombres 692 mujeres	Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca, caza y turismo
Michoacán	San Juan Nuevo Parangaricutiro	Longitud: 19°24'00' Latitud: 102°08'00' Altitud: 1873msnm	12,710 habs. 5970 hombres 6740 mujeres	Aprovechamiento de recurso forestal, Agricultura, Manufactura de calzado, turismo
Michoacán	Cherán	Longitud: 19°41'00' Latitud: 101°57'00' Altitud: 2251 msnm	18,141 habs. 8701 Hombres 9440 Mujeres	Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal y turismo.
Michoacán	Isla Yunuen	Longitud: 101°64'72' Latitud: 19°59'94'	123 habs. 56 hombres 67 mujeres	Turismo, pesca y agricultura

Estado	Comunidad y nombre del sitio turístico	Localización geográfica	Número de Habitantes	Actividades productivas
		Altitud: 2060 msnm		
Morelos	Amatlán de Quetzalcóatl	Long: 18.5844 Latitud: 99.0211 Altitud: 1705 msnm	1029 habs. 542 hombres 487 mujeres	Agricultura, servicios, turismo, manufactura y comercio,
Morelos	Los Laureles	Longitud: - 99.0027 Latitud: 18.9819 Altitud: 1880 msnm	1160 habs. 583 hombres 577 mujeres	Actividades agropecuarias, alfareras, comercio y turismo
Oaxaca	Capulalpám	Longitud: 96.27 Latitud: 17° 18' Altitud: 2040 msnm	1,467 habs. 630 hombres 837 mujeres	Aprovechamiento forestal y turismo

Elaboración propia

6.4. Método de Investigación

Siguiendo a Creswell (2012, p. 45), el tercer elemento específico en el marco metodológico de la investigación científica es el método de investigación, el cual incluye las formas de colección de datos y análisis de datos. Para coleccionar los datos se desarrolló el instrumento de investigación derivada de la operacionalización de las variables, con la finalidad de cuantificar por medio de la escala desarrollada, los constructos teóricos.

Para analizar los datos se recurrió al modelo de ecuaciones estructurales en sus dos etapas de construcción, la primera se definió por el modelo de medición que involucra el análisis factorial exploratorio y el análisis factorial confirmatorio; en la segunda etapa se desarrolló el modelo de análisis factorial de segundo orden.

6.4.1. Instrumento de investigación

El cuestionario para esta investigación se diseñó en dos bloques, el primer bloque consistió en 92 ítems, que miden las variables observadas, las cuales tienen una abreviación para facilitar el uso en el análisis estadístico (ver tabla 10). En el segundo bloque se incorporó la sección de datos sociodemográficos y se usaron variables instrumentales propuestas en la Encuesta Nacional sobre Capital Social Urbano (ENCASU), aplicada en el año 2006; y la Encuesta Nacional de Capital Social en el año 2011 (ENCAS), ambas encuestas fueron desarrolladas por la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo en México (PNUD), y se utilizaron para analizar y determinar las diversas formas del capital social en México. Para efectos de esta investigación se adecuaron algunas variables de las encuestas (ENCASU y ENCAS) a este estudio, dando un total de 22 preguntas para los datos socioeconómicos y demográficos. Por tanto, el número total de preguntas que se ocuparon para el cuestionario fueron 114. El instrumento se dividió por variables de estudio (ver Anexo I).

Tabla 10
Estructura del instrumento de medición

Concepto	Abreviación
Capital Social Comunitario	CSC
Confianza	CONF (9 ítems)
Normas	NRMS (7 ítems)
Redes Comunitarias	RCOM (11 ítems)
Participación Comunitaria	PCOM (8 ítems)
Competitividad de los Destinos Turísticos Sostenibles	CDTS
Recursos Naturales	RNAT (5 ítems)
Recursos Culturales	RCUT (5 ítems)
Recursos Creados	RECR (8 ítems)
Gestión de los Destinos Turísticos	GDT (10 ítems)

Gestión de Beneficios Ambientales	GBAM (6 ítems)
Gestión de Beneficios Socioculturales	GBSC (6 ítems)
Prosperidad Social de los Destinos	PROSP
Distribución de la Riqueza	DRIZ (3 ítems)
Calidad de Vida	CAVI (10 ítems)
Prácticas Sostenibles	PSOS (4 ítems)
Elaboración propia	

6.5. Modelo de ecuaciones estructurales (SEM)

El modelado de ecuaciones estructurales (SEM), es una técnica de análisis estadística multivariante, que permite debido a su versatilidad, proponer el tipo y dirección de las relaciones que se espera encontrar entre las diferentes variables, utilizado para contrastar modelos que proponen relaciones causales entre variables especificadas por relaciones propuestas a nivel teórico, pero también, se utiliza para conocer la relación que pudiera existir entre dos variables independientes, a manera que unas variables causen efecto sobre otras variables, que a su vez puedan trasladar estos efectos a otras variables, creando concatenaciones de variables (Ruiz, Pardo, & Martín, 2010).

Anteriormente el SEM se llegó a denominar: modelo de estructura de covarianza, análisis de las estructuras de covarianza, modelo de relaciones estructurales lineales, modelo de estructura, sistemas de ecuaciones de variables latentes en modelos lineales estructurales; siendo el modelo de estructura de varianza el más común (Cea D´ Ancona, 2004, p. 515; Ruiz, Pardo, & Martín, 2010).

Cea D´ Ancona (2004, p. 515), menciona que es un término genérico que designa aproximaciones al análisis de causalidad entre variables dependientes e independientes. De esta forma el modelado de ecuaciones estructurales permite estimar los efectos y las relaciones entre múltiples variables. Los modelos de ecuaciones estructurales surgieron de la necesidad de brindar mayor flexibilidad a los modelos de regresión, ya que permiten incluir

errores de medida de las variables dependientes como en las variables independientes (Ruiz et al., 2010; Weston & Gore, 2006).

El modelado de ecuaciones estructurales es comparable a los métodos cuantitativos comunes como el análisis de correlación, análisis de regresión múltiple y el análisis de varianza. Dichas técnicas comparten características similares, por ejemplo, todas son modelos generales lineales; son válidos sólo si los supuestos se conocen en la teoría y ninguna de las técnicas anteriores implica causalidad, a menos que las relaciones causales que son hipotetizadas tengan una base teórica sólida y un diseño de investigación robusto (Weston & Gore, 2006).

Brown y Moore (2012), considera al modelo factorial confirmatorio y al modelo de ecuación estructural casos especiales del modelo de estructura de covarianza que incluye un modelo de medición y un modelo de ecuación estructural. Para llevar a cabo estos análisis, surgieron diferentes programas estadísticos para el análisis de datos, el primero fue en 1973 desarrollado por Jöreskog y lo denominó LISREL (*Linear Structural Relations*), este programa es mejorado en 1986 por Jöreskog y Sörbom. El segundo modelo se denominó EQS (*Equations*) desarrollado por Bentler en 1985; el tercero, AMOS (*Analysis of Moment Structures*) de Arbuckle en el año de 1997. Finalmente surge Mplus en 1998 (Weston & Gore, 2006)

El modelado de ecuaciones estructurales permite el uso de múltiples medidas para representar los constructos y direccionar el tema de medición específica del error, esta diferencia es importante ya que permite establecer la validez del constructo de los factores. En el modelado existen múltiples pruebas estadísticas para diferentes tipos de medición, además determina que los datos representen o se ajusten adecuadamente al modelo estructural (Weston & Gore, 2006).

El uso del SEM se ha estudiado de forma exponencial en las ciencias sociales y la psicología debido al uso recurrente de conceptos abstractos en estas áreas, una de las razones del uso de esta técnica es que proporciona a los investigadores medios para evaluar y modificar modelos teóricos. Además, se ha utilizado el concepto de variable latente que hace

referencia al constructo para facilitar el uso en la estadística, incrementándose esta técnica desde los ochentas (Anderson & Gerbing, 1988; Palacios & Vargas, 2009, p. 203). Según Hair et al., (2014, p. 4), “es un conjunto de relaciones sistemáticas entre múltiples variables que pueden ser probadas empíricamente.”

El modelo estructural describe las interrelaciones entre los constructos o variables latentes. Para Cea D’Ancona (2004), el modelo estructural es aquel componente del modelo general que describe relaciones causales entre variables latentes. Las relaciones estructurales entre las variables latentes se describen mediante ecuaciones estructurales lineales, que expresan la estructura causal asumida entre las variables. En otras palabras, se puede describir las relaciones entre las variables latentes como covarianzas, efectos directos o efectos indirectos (variable mediadora). Las covarianzas son análogas a las correlaciones en que estas son definidas como relaciones no direccionales entre las variables latentes independientes. Un efecto indirecto es la relación entre una variable latente independiente y una variable latente dependiente que es mediada por una o más variables (Weston & Gore, 2006).

6.5.1. Definición de variable latente

Una variable latente se le relaciona en la literatura como un constructo o factor y se le define como variable hipotética no-observable (Weston & Gore, 2006).

Según Ruíz (2000, p. 51), “Las variables latentes son variables no observables o factores cuya medida directa es imposible de obtener y que debe ser inferida a partir de su relación con variables observables que sean sus indicadores.” Por lo regular una variable latente es considerada un constructo o un concepto abstracto que no puede ser observado directamente en la realidad, pero se infiere a través de variables de observación. En otro estudio (Ruiz et al., 2010, p. 36), se menciona que es una “...característica que se desearía medir pero que no se puede observar y que contiene cierto grado de error de medición.”

Estos constructos se encuentran representados en el modelo estructural como círculos u óvalos (Hair et al., 2014, p. 29). Las variables latentes se pueden clasificar en variables latentes endógenas y variables latentes exógenas.

Las variables endógenas sirven como variables dependientes o como dependientes e independientes a la vez en un modelo estructural. Las variables latentes exógenas, son variables latentes que sirven solamente como variables independientes o también llamadas predictoras ((Cea d'Ancona, 2002, p. 515; Weston & Gore, 2006)).

Para el caso de la presente investigación las variables latentes son los conceptos teóricos denominados: CDTS (RNAT, RECUT, RECR, GDT, GBAM, GBSC) CSC (CONF, NRMS, RDES, PCOM); PROSP (DRIZ, CAVI, PSOS). Las variables observables son los ítems que componen la escala para medir a cada constructo teórico dando un total de 92 reactivos.

6.5.2. Análisis Factorial Exploratorio (AFE)

El análisis factorial se considera una técnica de reducción de datos para encontrar grupos homogéneos de dimensiones a partir de un conjunto de diversos ítems (ver figura 4). Según Pérez y Medrano (2010, p. 58), el principal objetivo del AFE es “identificar una estructura de factores subyacentes a un conjunto amplio de datos.” Brown y Moore (2012) mencionan que el AFE es una técnica de datos exploratorios y descriptivos para determinar el número adecuado de factores comunes y para determinar que variables medidas son indicadores razonables de las diversas dimensiones latentes (Brown & Moore, 2012)

Dichos grupos se integran entre sí a través de una fuerte correlación entre las respuestas derivadas de las preguntas del cuestionario. El AFE es una de las técnicas frecuentemente utilizada para el desarrollo y validación de cuestionarios, ya que sirve para explorar un conjunto de variables latentes que explican las respuestas a los ítems del cuestionario (Lloret, Ferreres, Hernández, & Tomás, 2014; Ruiz et al., 2010). De esta forma, una gran cantidad de ítems, pueden reducirse a un número pequeño de factores o dimensiones que explican la variable observada. Cada factor derivado del análisis agrupa los ítems que se encuentran intercorrelacionados y que son al mismo tiempo independientes de los otros factores o dimensiones (Pérez & Medrano, 2010).

El objetivo inicial del AFE es identificar el número y composición de las variables latentes necesarias para explicar la varianza del conjunto de ítems analizados, además de formar grupos independientes de otros (Lloret et al., 2014; Ruiz et al., 2010). El AFE, sirve para

verificar la estructura interna de cualquier escala, así como para seleccionar y otorgar significado teórico a un conjunto inicial de ítems de un cuestionario (Martínez-Arias, 1995).

El AFE se considera un enfoque de manejo de datos en el cual no existen especificaciones hechas en relación al número de factores comunes o al patrón de relaciones entre los factores comunes y los indicadores (Brown & Moore, 2012). Hox y Bechger (2010), mencionan que en el AFE, se procede al análisis como si no hubiera hipótesis acerca del número de factores latentes y de las relaciones entre los factores latentes y las variables observadas, debido a esto se considera un modelo arbitrario donde todas las variables cargan en todos los factores (ver Figura 4); para evitar esto, se usó un método de transformación de rotación Varimax, el cual mejora la interpretación de los resultados y el método Máximo Verosímil para la extracción de factores (Hox & Becher, 2009, p. 3).

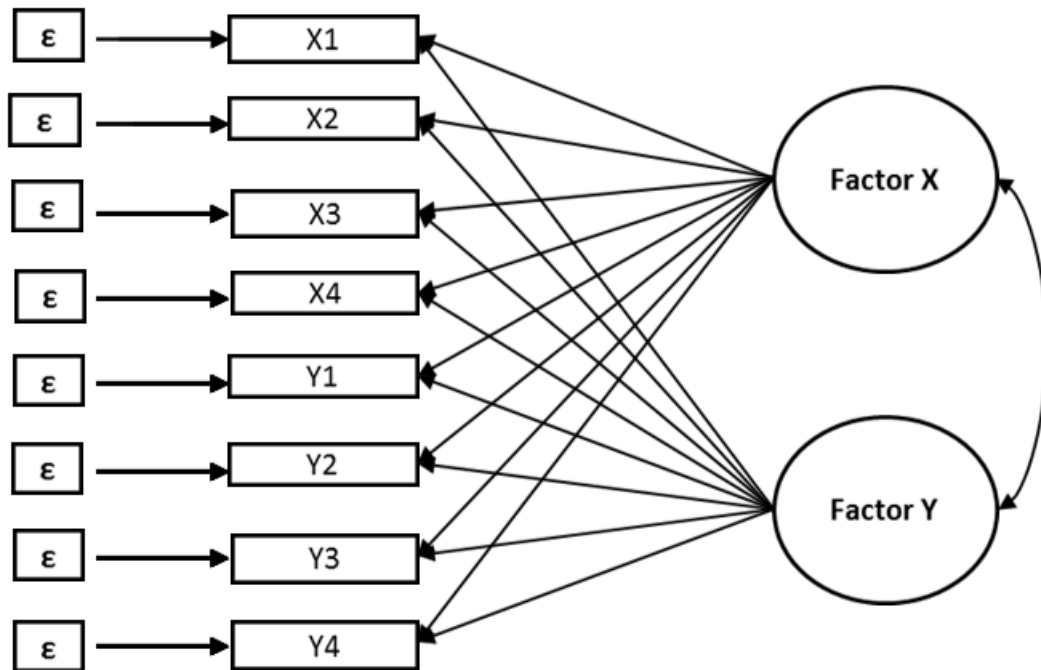


Figura 4. Modelo de análisis factorial exploratorio (AFE). ε = error. Elaboración propia

6.5.3. Análisis Factorial Confirmatorio (AFC)

El AFC es frecuentemente un elemento crítico que se relaciona con el modelado de ecuaciones estructurales. En este tipo de modelo se presume que existe una variable latente explicada a través de variables manifiestas (Salkind, 2010).

Este tipo de técnica se usa para varios propósitos como la evaluación psicométrica, detección de efectos de método, validación del constructo, la evaluación de medición de la varianza, y en el proceso del desarrollo de escala para examinar la estructura latente del instrumento de medición, además, en la evaluación psicométrica se usa para la estimación de la confiabilidad de la escala (Brown & Moore, 2012).

El AFC es un tipo de modelado de ecuación estructural que se interesa específicamente en los modelos de medición (ver figura 5), es decir, las relaciones entre las variables observadas o indicadores y las variables latentes las cuales asumen una relación causal. El

objetivo de los modelos de medición de variables latentes es establecer el número y naturaleza de los factores que explican la variación y la covariación entre un conjunto de indicadores (Brown & Moore, 2012; Salkind, 2010).

Un factor es una variable no-observable que se construye a partir de la combinación lineal de variables manifiestas, las cuales se encuentran inter-correlacionadas porque están influenciados por el mismo constructo subyacente o porque comparten una causa común (ver figura 5). De esta forma, un modelo de medición como AFC brinda una comprensión más parsimoniosa de la covarianza entre un conjunto de indicadores porque el número de factores es menor que el número de variables medidas (Brown & Moore, 2012, p. 2).

El AFC asume que la covarianza entre un conjunto de variables observadas puede ser explicada por un pequeño número de factores latentes subyacentes, además ayuda a verificar el número de las dimensiones del instrumento (factores) y del patrón de relación del ítem-factor (Brown & Moore, 2012; Hox & Becher, 2009).

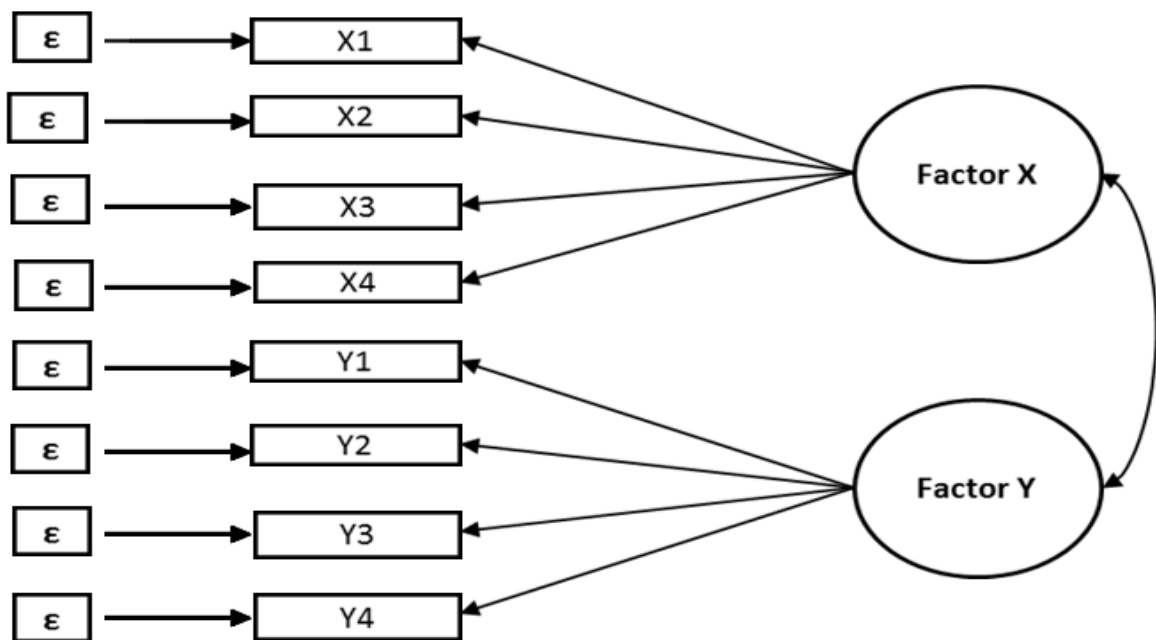


Figura 5. Modelo de análisis factorial confirmatorio (AFC). ϵ = error. Elaboración propia

6.6. Modelo de medición de factores

El modelo de medición describe las relaciones entre las variables observadas (instrumentos) y las variables latentes (constructos). La medición del modelo es el proceso en donde un concepto se vincula a una o más variables latentes y éstas se vinculan a variables observadas. Las variables latentes son variables no observadas que resultan de la covarianza entre dos o más indicadores, éstas representan a los conceptos en los modelos de medición, es decir, los indicadores que la definen deben estar fuertemente relacionados entre estos; por lo tanto, si una medida tiene una correlación débil con otras en el mismo constructo entonces el constructo será pobremente definido (Cea D´Ancona, 2004, p. 515; Ruiz, et al., 2010; Weston & Gore, 2006).

La siguiente figura es el primer modelo de medición; en éste, cada uno de los cuatro óvalos representa un constructo o un factor; los rectángulos representan las variables observadas o ítems; las flechas que salen de los constructos indican la forma de medición, es decir, para el primer constructo confianza, se mide de la variable “C1” a “C9” y así sucesivamente con los siguientes constructos hasta llegar al constructo prosperidad de los destinos (ver Figuras 7, 8, 9). Las flechas bidireccionales curvas representan las relaciones entre cada constructo. Este tipo de modelo se usa para el análisis factorial confirmatorio. Lo que se busca es que cada uno de los indicadores sea idealmente una medida separada del factor hipotético, que en combinación con los otros indicadores representen el constructo subyacente (Weston & Gore, 2006).

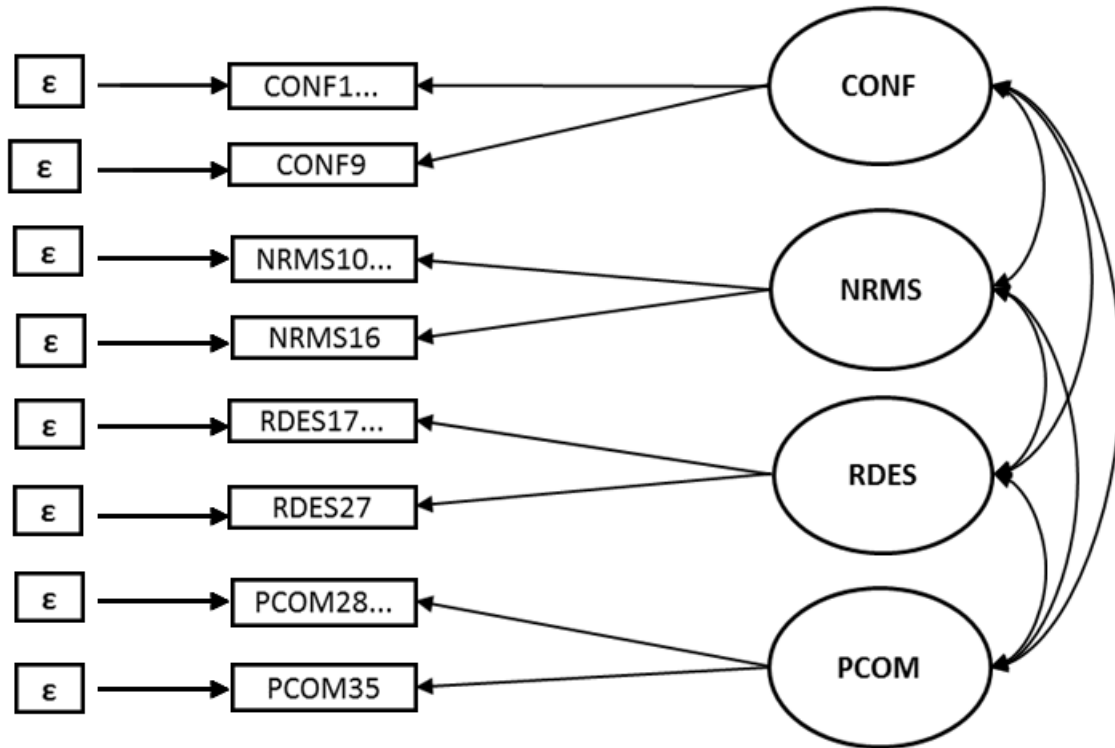


Figura 6. Modelo de medición Capital Social Comunitario (CSC). ϵ = error. Elaboración propia

El modelo de medición del factor Recursos de los Destinos (ver figura 7) se mide a través de recursos naturales, recursos culturales y recursos creados. Recursos naturales se integra de “RN36 a RN40”; Recursos culturales se integra de RC41 a RC45 y Recursos creados se integra de “RCR46 a RCR53”.

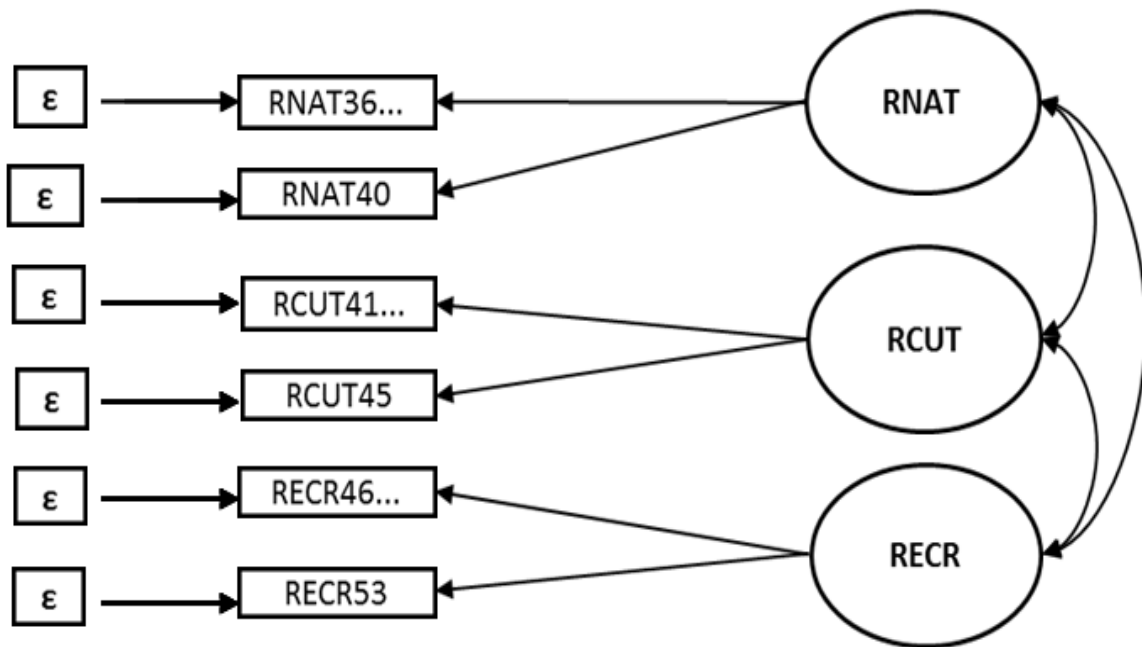


Figura 7. Modelo de medición de Recursos de los Destinos Turísticos (RDT). ε = error. Elaboración propia

El factor Gestión de los destinos turísticos (ver figura 8) se compone de gestión de los destinos y se integra por las variables “GT54 a GT63”; Gestión de beneficios ambientales se integra de “GA54 a GA69” y Gestión de beneficios socioculturales se integra de “GS70 a GS75”.

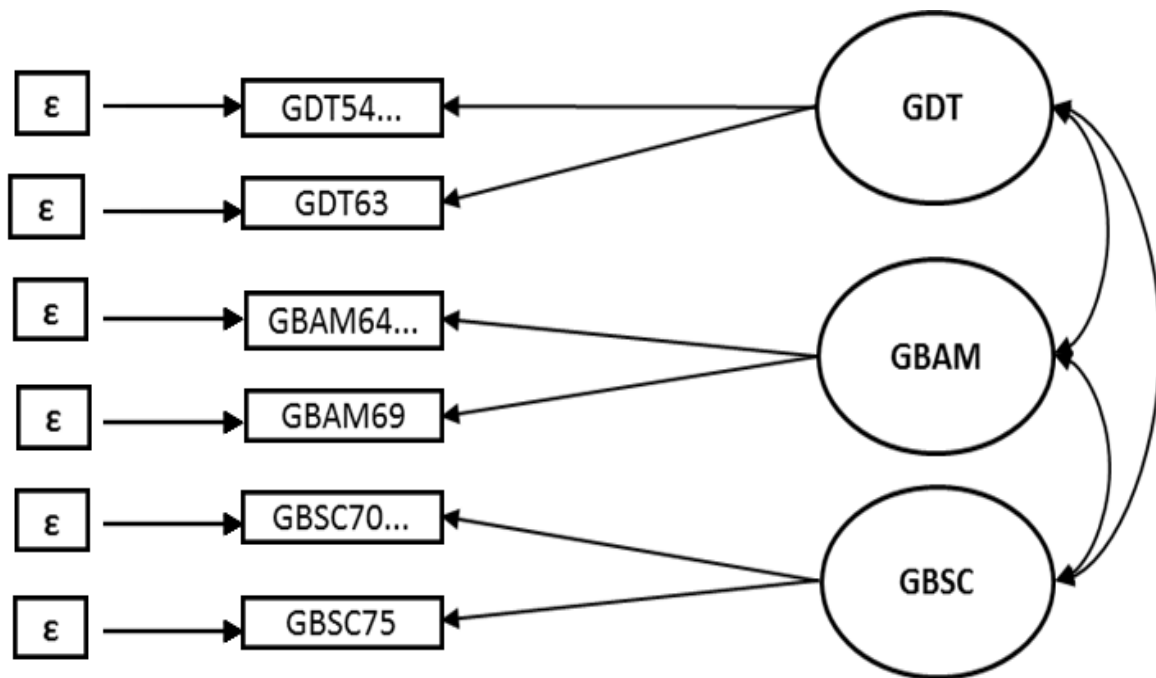


Figura 8. Modelo de medición de Gestión de los Destinos Turísticos (GDT). ε = error. Elaboración propia

Para el constructo prosperidad social de los destinos turísticos (ver figura 9) se midió a través de Distribución de la riqueza y de las variables observadas “DR76 A DR79”; para Calidad de vida se midió de “CV80 a CV88” y Prácticas sostenibles se midió de la variable “PS89 a PS92”.

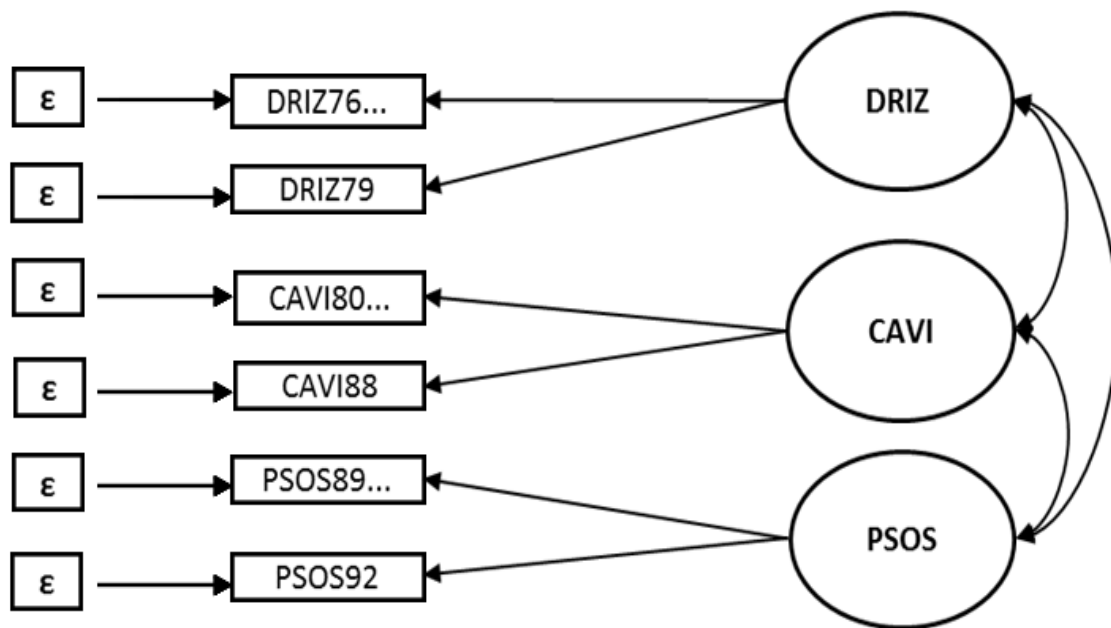


Figura 9. Modelo de medición de Prosperidad Social de los Destinos (PROSP). ϵ = error. Elaboración propia

6.7. Modelo Factorial Confirmatorio de Segundo Orden

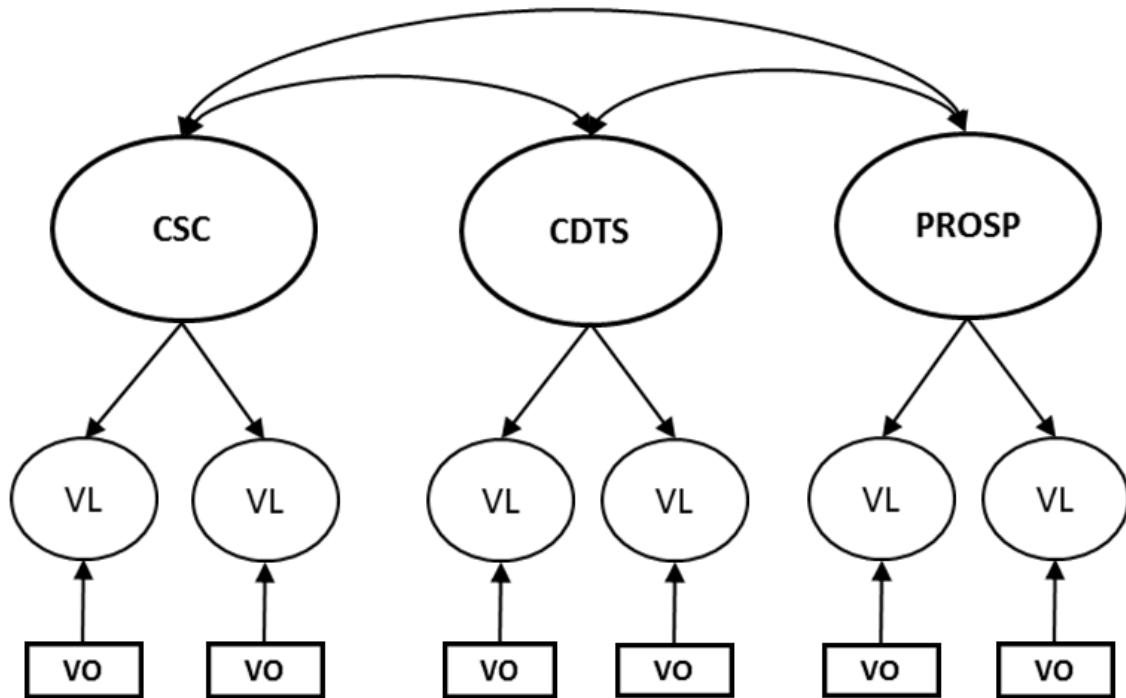


Figura 10. Modelo Confirmatorio de Segundo Orden. VL=variable latente; VO=variable observada. Elaboración propia.

6.8. Fiabilidad, Validez e Índices de Ajuste

El término fiabilidad se usa generalmente para expresar un cierto grado de seguridad de que un sistema operara exitosamente en un ambiente específico durante cierto tiempo (Zacks, 1992, p. 1). En las ciencias sociales, el análisis permite estudiar las propiedades de las escalas de medición y de los elementos que componen las escalas. Este análisis permite determinar el grado en que los ítems del cuestionario se relacionan entre sí, obteniendo un índice global de la replicabilidad o de la consistencia interna de la escala en su conjunto e identificar elementos problemáticos que deberían ser excluidos de la escala (Corral, 2009; Reidl-Martínez, 2013).

La fiabilidad de una prueba se refiere al grado en que la prueba repetida a los mismos sujetos en diferentes periodos de tiempo, genera las mismas puntuaciones obtenidas por los

sujetos de respuesta. En un sentido más amplio, indica el grado en que las diferencias individuales en las puntuaciones de una prueba, son atribuibles al error aleatorio de medición de cada individuo en relación a la medida en que son atribuibles a diferencias reales de la variable que se mide (Reidl-Martínez, 2013). Por tanto, se trata de estimar el grado de precisión con el cual se miden las variables, indicando la consistencia del proceso de medición de los resultados.

Existen diferentes modelos para medir la fiabilidad, entre los más comunes se encuentra el Alfa de Cronbach, el cual es un modelo de consistencia interna que se basa en la homogeneidad entre elementos promedio. El supuesto que maneja alfa de Cronbach para conocer la fiabilidad del constructo es variable, pero en la literatura se menciona que un alfa ≥ 0.70 tiene buen coeficiente de confiabilidad (Corral, 2009; Reidl-Martínez, 2013), aunque no se descarta que un alfa < 0.70 pero ≥ 0.60 es suficiente. Por otra parte, el valor máximo esperado del alfa es ≤ 1 , se considera que por encima de este valor hay redundancia, es decir, que varios ítems están midiendo exactamente el mismo elemento de un constructo (Corral, 2009; Oviedo & Campo-Arias, 2005).

La validez de un constructo se asocia a la fidelidad de la escala utilizada en relación a los atributos que se van a medir en la población o sujetos objeto de estudio (Corral, 2009). Es decir, la validez se refiere a la importancia de los componentes de investigación de la escala para que mida lo que tiene que medir y se encuentra relacionada con la fiabilidad como un requisito previo y necesario para determinar la validez del instrumento de medición.

Existen tres tipos de validez: 1) Contenido; 2) Criterio seleccionado; 3) Constructo. De los tres tipos mencionados, la validez de constructo se considera la más amplia, ya que engloba los dos primeros tipos de validez. Ésta se encuentra relacionada con la operacionalización del constructo y se lleva a cabo a través de la discriminación de ítems en el análisis factorial, con lo que se valida el proceso de medición a través de escalas de puntuación (Corral, 2009; Drost, 2011; Mart, 2004).

Para el modelado de ecuaciones estructurales y en específico para el AFC, se ocupan índices de ajuste que determinan qué tan bien un modelo a priori se ajusta a los datos de la

muestra (Hooper, Coughlan, & Mullen, 2008). En el AFC se usa el Comparative Fit Index, (CFI, por sus siglas en inglés), el cual se considera índice de ajuste incremental, éste tiene una lógica similar al Alfa de Cronbach. Las puntuaciones del ajuste se dan entre “0 y 1”, valores mayores o iguales que 0.90 indican un buen ajuste de los datos. El CFI se basa en la no-centralidad paramétrica o dicho de otra forma, se basa en la distribución no central de dos X^2 en relación al modelo propuesto y su comparación al modelo nulo (Kevin, 2017, p. 27).

Otro índice de ajuste que se relaciona de igual forma al CFI es el denominado “Root Mean Square Error of Aproximation” (RMSEA, por sus siglas en inglés), este se considera un índice de ajuste no incremental, que mide la bondad de ajuste del modelo que se basa en la no-centralidad de los parámetros (X^2) representada por (λ). RMSEA, se maneja en una puntuación mínima de 0 el cual implica un ajuste perfecto, y de 0.08 o menos, indica un error de aproximación razonable; pero si se obtiene una puntuación mayor a 0.1, se descartara el modelo propuesto, aunque este valor se puede encontrar sujeto a una relación indirecta al tamaño de la muestra, es decir, a mayor número de observaciones, la puntuación del RMSEA decrece mejorando el ajuste del modelo hasta llegar a un límite de la puntuación obtenida y de las observaciones, si se excede la muestra o es muy pequeña la muestra, el coeficiente RMSEA maneja una puntuación mucho mayor a lo permitido, ocasionando que el modelo dado por los datos sea rechazado aunque este no deba serlo (Hooper et al., 2008; Rigdon, 2016).

Finalmente el índice Standardised Root Mean Square Residual (SRMR), por sus siglas en inglés), “es la raíz cuadrada de la diferencia entre los residuos de la matriz de covarianza de la muestra y el modelo de covarianza hipotético (Hooper et al., 2008, p. 54). Los valores brindados por el SRMR van de 0-1, donde cero indica un ajuste perfecto; valores menores a 0.05 indican un buen ajuste y valores más altos que 0.08 se consideran aceptables. No obstante, valores bajos pueden indicar un gran número de parámetros en el modelo, así como también, modelos basados en una muestra muy grande

Para efectos de esta investigación el análisis de confiabilidad que se ocupó para la consistencia interna de los factores fue Alfa de Cronbach, y los índices de ajuste para

interpretar en el AFE fueron X^2 y *RMSEA*. Para la interpretación del ajuste del modelado en el AFC y en el modelado de ecuaciones estructurales (SEM), se ocupó *CFI* y *SRMR*.

Resumen del capítulo

En este capítulo se desarrolló la metodología de investigación, la cual se estructuró desde la base epistemológica donde descansa el enfoque cuantitativo para dar respuesta a las preguntas de investigación, objetivos generales y particulares y para la prueba de hipótesis. Se ocupó un diseño correlacional para describir las relaciones entre variables latentes.

La metodología propuesta para la prueba de hipótesis fue modelado de ecuaciones estructurales (SEM). El modelado se guía por diferentes pasos, los cuales se usan dependiendo diferentes factores en los estudios. Para el caso presente se ocupó el AFE para una primera prueba discriminadora de variables observables; después se ocupó el AFC en sus dos vertientes de análisis, un análisis de primer orden y segundo orden, ambos apoyaron en la constitución de los constructos teóricos, la última vertiente sirvió para probar las hipótesis del estudio. Además, se ocupó esta metodología para conocer la confiabilidad de la escala y saber si mide lo que se pretende medir. También permitió conocer la validez de dicha escala por medio de diferentes índices de ajuste que son ocupados en el SEM.

Después de llevar a cabo los análisis factoriales, el siguiente paso es la descripción de resultados dividiendo estos en estadísticas descriptivas y el análisis de los modelos de senderos para cada constructo.

CAPÍTULO VII. RESULTADOS

En el presente apartado se dan los resultados estadísticos del análisis de los datos de esta investigación. El análisis consistió en su primera etapa, en el análisis de estadísticas descriptivas de las variables de estudio para conocer su composición. En la segunda etapa se realizó el análisis factorial exploratorio (AFE) de todas las variables; la tercera etapa, consistió en el análisis factorial confirmatorio (AFC), en este se llevó a cabo un análisis factorial de primer orden, con el cual se discriminaron los ítems con cargas factoriales bajas,

posteriormente se realizó el modelo de análisis factorial confirmatorio de segundo orden que representa a cada variable latente señalando las correlaciones entre las variables de estudio. Con este análisis y usando el criterio de parsimonia se eligió el mejor modelo a través de la comparación de los índices de ajuste.

7.1. Estadísticas descriptivas de las variables

Las estadísticas descriptivas son el resumen de las variables observadas, lo que permite tener una visión global de los datos que se analizan, cada tabla pertenece a una dimensión y se desarrolla secuencialmente con la misma estructura del cuestionario, es decir, se inicia el análisis jerárquicamente de acuerdo con la numeración de los ítems (ver anexo II). Las tablas se encuentran estructuradas por columnas y filas con conceptos y abreviaturas en la parte superior de la tabla; el concepto de *variable* se compone del nombre del constructo y de las abreviaturas con número, éstas representan los ítems o las variables observables. La letra *n*, es el número de observaciones, es decir, el número de entrevistas levantadas en total ($n=103$), los valores que se encuentran en esta columna son variables, debido a que el programa estadístico STATA elimina las observaciones que tengan un 10% de pérdida en ítems no contestados. El siguiente concepto representa la *Media* de cada ítem de las observaciones, es decir representa la tendencia central de las respuestas obtenidas de los residentes. La desviación estándar se encuentra abreviada por *Desv. Est.*, ésta representa la distancia que se dispersan los datos con respecto a la media central. Las abreviaciones *Min* y *Max*, representan el puntaje mínimo y máximo que compone la escala.

7.2. Resultados del Análisis Factorial Exploratorio

Los factores de respuesta que surgieron del AFE para el constructo CSC fueron cuatro (ver tabla 18) en el factor “1” se agruparon los ítems pertenecientes a la variable confianza (conf1-conf9), en este factor se encontraron dos cargas factoriales por debajo de lo aceptable 0.5 (conf8, conf9); sin embargo, los ítems conf1-conf7 obtuvieron cargas factoriales ≥ 0.5 ; para el factor 2, se agruparon los ítems pertenecientes a la variable normas (nrms10-nrms16), en este factor se encontró que el ítem nrms15 obtuvo una carga factorial baja <0.5 , mientras

que los ítems restantes generaron cargas factoriales ≥ 0.5 ; en el factor 3, se agruparon los ítems de la variable redes (rdes17-rdes27), se encontró que tres ítems (rdes21, rdes24, rdes27) obtuvieron cargas factoriales < 0.5 , los ítems restantes obtuvieron cargas factoriales ≥ 0.5 ; en el cuarto factor se agruparon los ítems pertenecientes a participación (pcom28-pcom35), de estos ítems (pcom32, pcom34, pcom35), tres obtuvieron cargas factoriales < 0.5 , no obstante, los demás ítems generaron cargas factoriales ≥ 0.5 . La fiabilidad de la variable CSC, obtuvo un alfa de Cronbach $\alpha=0.908$; el coeficiente de ajuste del modelo RMSEA=0.101; Chi-cuadrada=947.357; $gl=461$; $p=0.000$. (ver anexoII).

El análisis factorial exploratorio para CDTS se compuso de dos análisis, el primero fue para RDT. El segundo, fue para GDT el cual se desarrolla más adelante. El factor RDT se compuso de tres variables. En el factor “1 se agruparon los ítems pertenecientes a la variable RNAT (RNAT36 – RNAT40), en este factor sólo un ítem (RNAT36) tuvo carga factorial <0.5 .

Para la variable RCUT (RCUT41 – RCUT45), tres ítems obtuvieron carga factorial < 0.5 y los demás ítems obtuvieron una carga > 0.5 ; para la variable RECR (RECR50 – RECR53), tres de los ítems obtuvieron una carga factorial < 0.5 , para los ítems restantes se obtuvo una carga factorial > 0.5 , (ver tabla 18). La confiabilidad de este modelo obtuvo un alfa de Cronbach $\alpha=0.808$; los coeficientes de ajuste de modelo se manejaron a través de RMSEA=0.082; RMR=0.056; Chi-cuadrada $X^2=173.144$; $gl=102$, $p=0.000$.

El AFE para la variable GDT se hizo a través de las variables GDT, GBAM Y GBSC (ver tabla 19). En el factor 1, se agruparon los ítems pertenecientes a GDT (GDT54-GDT63), en éste se puede apreciar que varios ítems (GDT54-GDT59 y GDT63) obtuvieron una carga factorial <0.5 y solamente tres de estos obtuvieron carga factorial >0.5 ; en el factor 2 se agruparon los ítems pertenecientes a la variable GBAM (GBAM64-GBAM69), de estos sólo tres ítems (GBAM64-GBAM66) obtuvieron cargas factoriales <0.5 , mientras los demás indicadores obtuvieron cargas > 0.5 ; en el factor 3 se agruparon los ítems de la variable GBSC (GBSC70-GBSC75), en este factor todos los ítems obtuvieron cargas ≥ 0.5 . La confiabilidad se determinó a través del alfa de Cronbach $\alpha=0.922$; los coeficientes de ajuste de modelo se

manejaron a través de $RMSEA=0.11$; $RMR=0.066$; Chi-cuadrada $X^2=377.812$; $gl=168$, $p=0.000$.

Por último se realizó el AFE para el constructo PROPS, el cual se construyó con tres variables (ver tabla 20). En el factor 1 se agruparon los ítems pertenecientes a la variable DRIZ (DRIZ76-DRIZ79), los cuales obtuvieron en su mayoría cargas >0.5 ; en el factor 2 se agruparon los ítems de la variable CAVI (CAVI80-CAVI87), aquí solamente un ítem obtuvo carga factorial <0.5 , y los demás ítems obtuvieron cargas >0.5 ; finalmente en el factor 3, se agruparon los ítems de la variable PSOS (PSOS89-PSOS92), donde se obtuvieron cargas factoriales >0.5 . La confiabilidad del alfa de Cronbach fue $\alpha=0.910$; los coeficientes de ajuste de modelo se manejaron a través de $RMSEA=0.097$; $RMR=0.053$; Chi-cuadrada $X^2=172.613$; $gl=88$, $p=0.000$.

7.3. Resultados del Análisis Factorial Confirmatorio

Después de elaborar el AFE se desarrolla el AFC para confirmar que las variables observables se agruparon en sus respectivos factores hipotéticos. El AFC ajusta los modelos de medición para los análisis previamente presentados (ver figuras 6, 7, 8 y 9).

La primera fase consiste en ajustar un AFC de primer orden, donde todas las variables observadas forman la medición de la variable latente. Se calculó, además, los índices de bondad de ajuste para interpretar la adecuación del modelo. En la segunda etapa, se desarrolló la identificación del modelo, siguiendo la regla propuesta por Bollen (1989), quien menciona que un modelo está identificado sí hay por lo menos tres variables observadas (ítems) para cada variable latente. En esta etapa se llevó a cabo un AFC reducido o de segundo orden, con el cual se confirmó que las cargas factoriales de los ítems elegidos fueran altas para representar el factor y brindar un mejor ajuste de los datos en relación con el modelo propuesto. Los resultados arrojados por el AFC se desglosan a continuación como diagramas de sendero para cada factor propuesto de las variables latentes.

7.3.1. AFC para el Capital Social Comunitario

Para la variable CSC se procedió al análisis de las variables latentes CONF, NRMS, RDES, PCOM (ver figura 11). Los resultados arrojados del análisis muestran un coeficiente del índice de ajuste del modelo aceptable $CFI=0.916$; $SRMR=0.64$; $\chi^2=135.518$; $gl=71$; $p \leq 0.01$; y un alfa de Cronbach $\alpha=0.883$. (Ver figura 11).

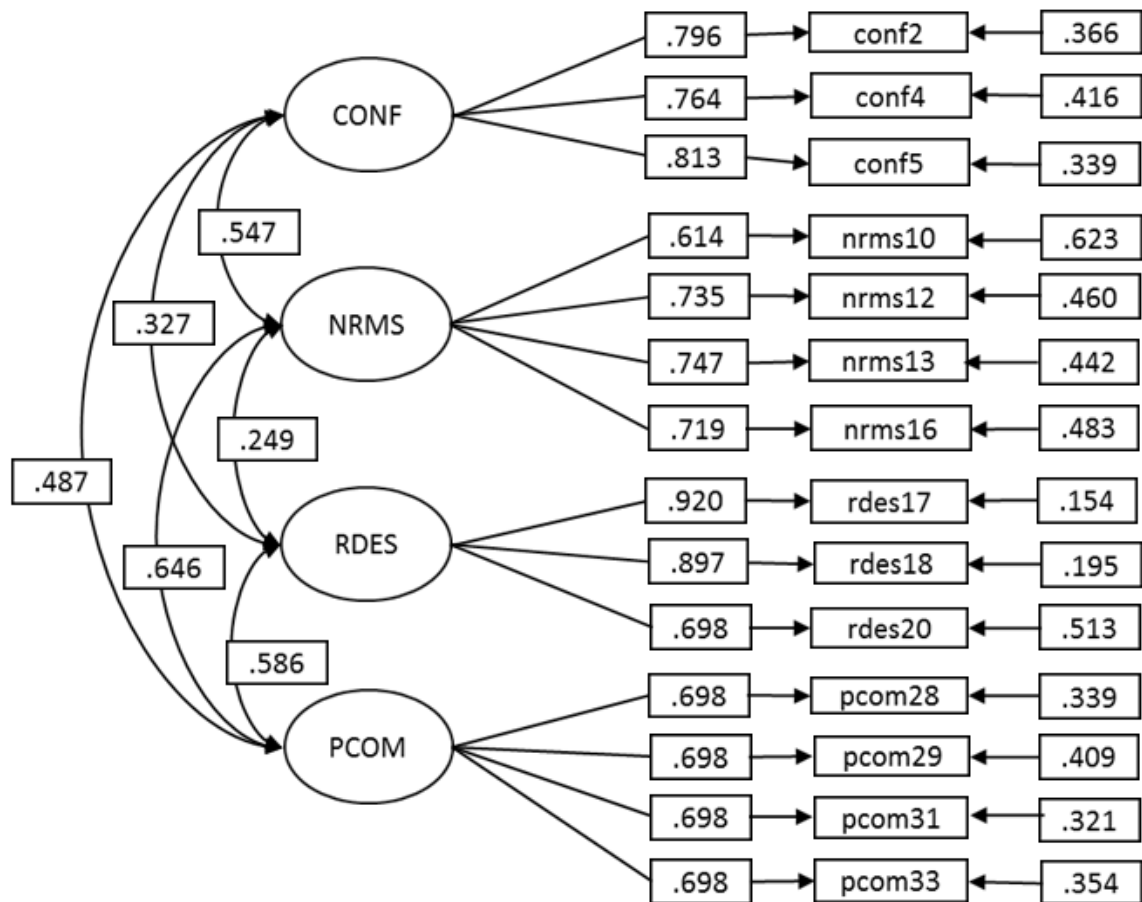


Figura 11. Diagrama de senderos del AFC para CSC. Método de estimación: Máximo verosímil. Método de estandarización del modelo STDYX (Standardisation) Elaboración propia.

7.3.2. Análisis factorial confirmatorio para Recursos de los Destinos Turísticos Sostenibles

El análisis del constructo CDTS se hizo a través de los ítems RNAT36 – GBSC75. El primer análisis se llevó a cabo con las variables que pertenecen a RDT y sus respectivas variables observadas (ver figura 12), por lo que se estimó un modelo de 3 factores, los cuales se denominan RNAT, RECUT, RECR. Se tomaron las cargas factoriales altas para representar al constructo, a través de esto se logró una mejor estimación del modelo de ajuste a los datos. Los coeficientes de estimación de ajuste del modelo fueron $CFI=0.924$; $SRMR=0.061$; $X^2=46.082$; $gl=24$; $p=0.0043$; *alfa de Cronbach* $\alpha=0.674$

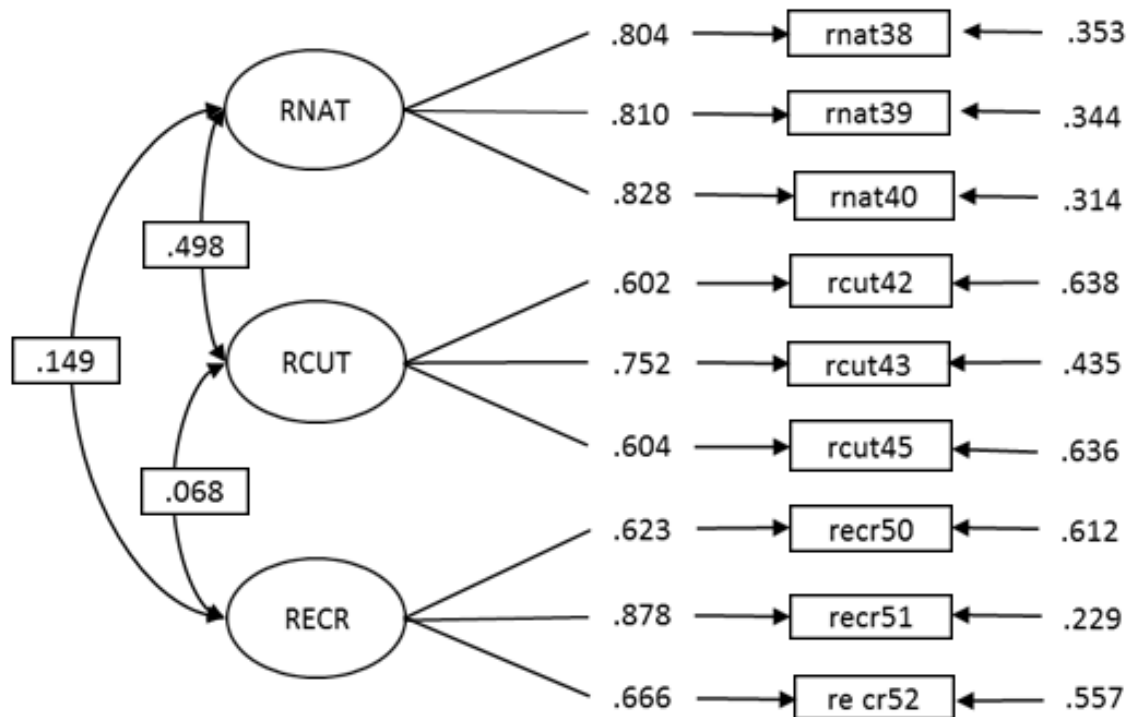


Figura 12. Diagrama de senderos del AFC para RDTs. Método de estimación: Máximo verosímil. Método de estandarización del modelo STDYX (Standardization). Elaboración propia.

7.3.3. Análisis factorial confirmatorio para Gestión de los Destinos Turísticos Sostenibles

En la segunda etapa del análisis para CDTS se ocupó la variable GDTS (ver figura 13) con sus variables latentes y sus respectivas variables observadas, con lo cual se estimó un modelo de tres factores denominados GDT, GBAM y GBSC. Se tomaron las cargas factoriales altas para representar al constructo, a través de esto se logró una mejor estimación del modelo de ajuste a los datos. Los coeficientes de estimación de ajuste del modelo fueron $CFI=0.930$; $SRMR=0.072$; $X^2=102.653$; $gl=51$; $p=0.000$ y un alfa de Cronbach $\alpha=0.913$.

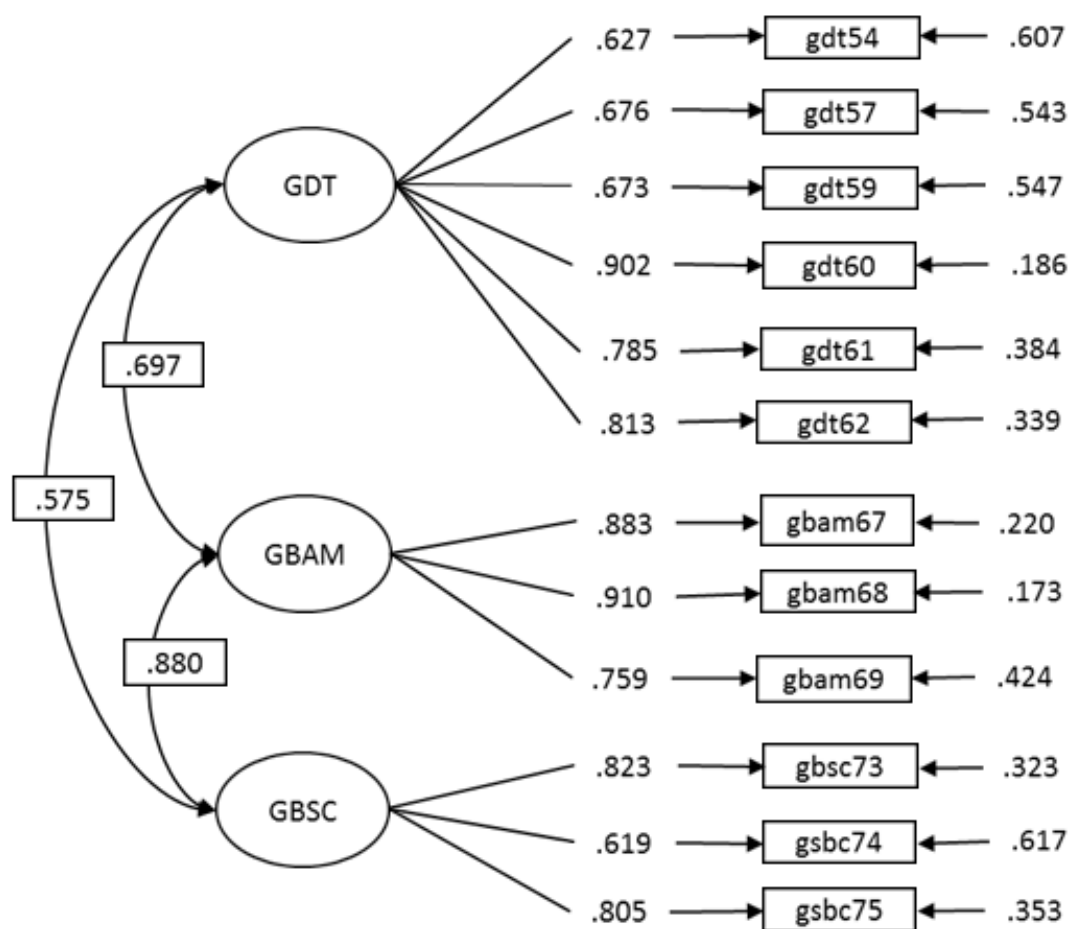


Figura 13. Diagrama de senderos del AFC para GDTS.

Método de estimación: Máxima verosimilitud. Método de estandarización del modelo STDYX (Standardization).

7.3.4. Análisis factorial confirmatorio para Prosperidad Social

El análisis para la variable PROSP se realizó a través del modelo propuesto de tres factores denominados DRIZ, CAVI y PSOS (ver figura 14). Se tomaron las cargas factoriales altas para representar al constructo, a través de esto se logró una mejor estimación del modelo de ajuste a los datos. Los coeficientes de estimación de ajuste del modelo fueron $CFI=0.927$; $SRMR=0.063$; $X^2=100.882$; $gl=51$; $p=0.000$ y un alfa de Cronbach $\alpha=0.891$

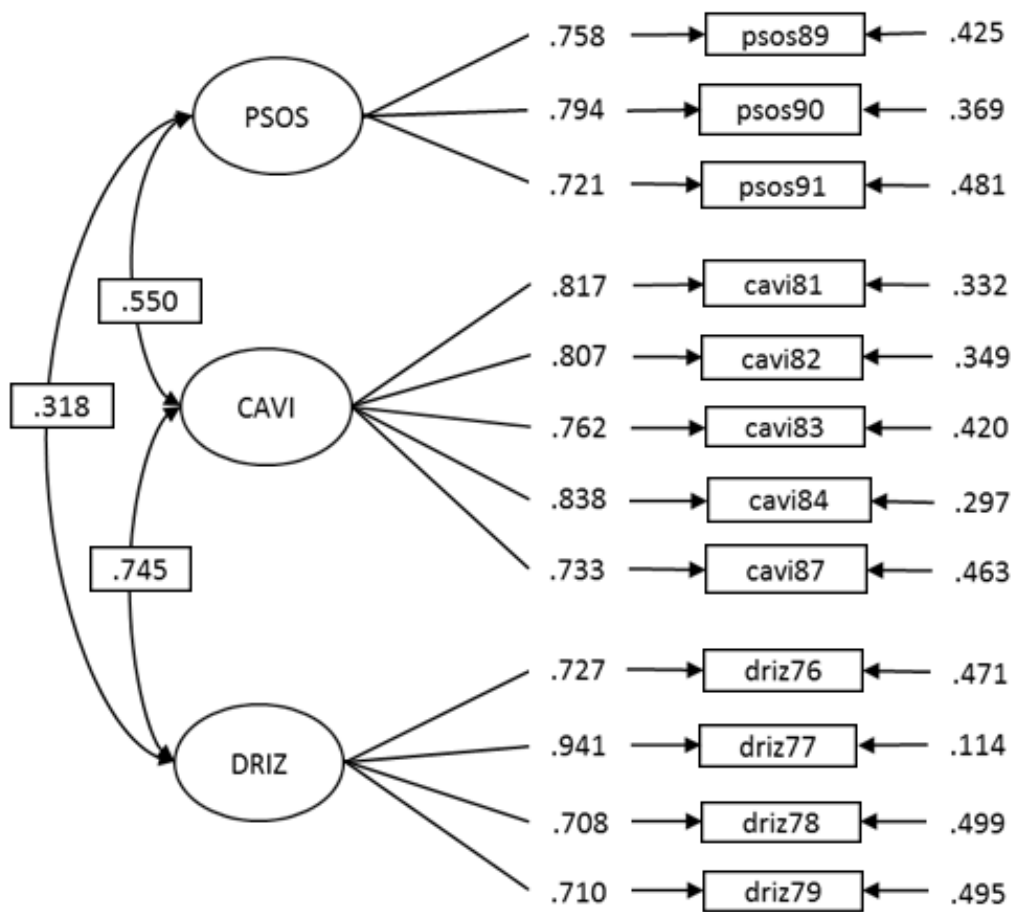


Figura 14. Diagrama de senderos del AFC para PROSP. Método de estimación: Máximo verosímil. Método de estandarización del modelo STDYX (Standardization).

7.4. Modelo de Análisis Factorial Confirmatorio de Segundo Orden

El análisis del modelo factorial de segundo orden, se obtuvieron correlaciones en las cuales se muestra asociación entre los constructos, específicamente se encontró que CSC se correlaciona positivamente con CDTS y PROSP. De la misma forma se encontró asociación entre CDTS y PROSP (ver tabla 11 y figura 15).

Tabla 11
Cargas factoriales de segundo orden

Variables	CSC	CDTS	PROSP	Media
Error Estándar	0.181	0.160	0.101	
CSC	1			7.63
CDTS	0.202	1		8.15
PROSP	0.255	0.869	1	7.61

Fuente: elaboración propia.

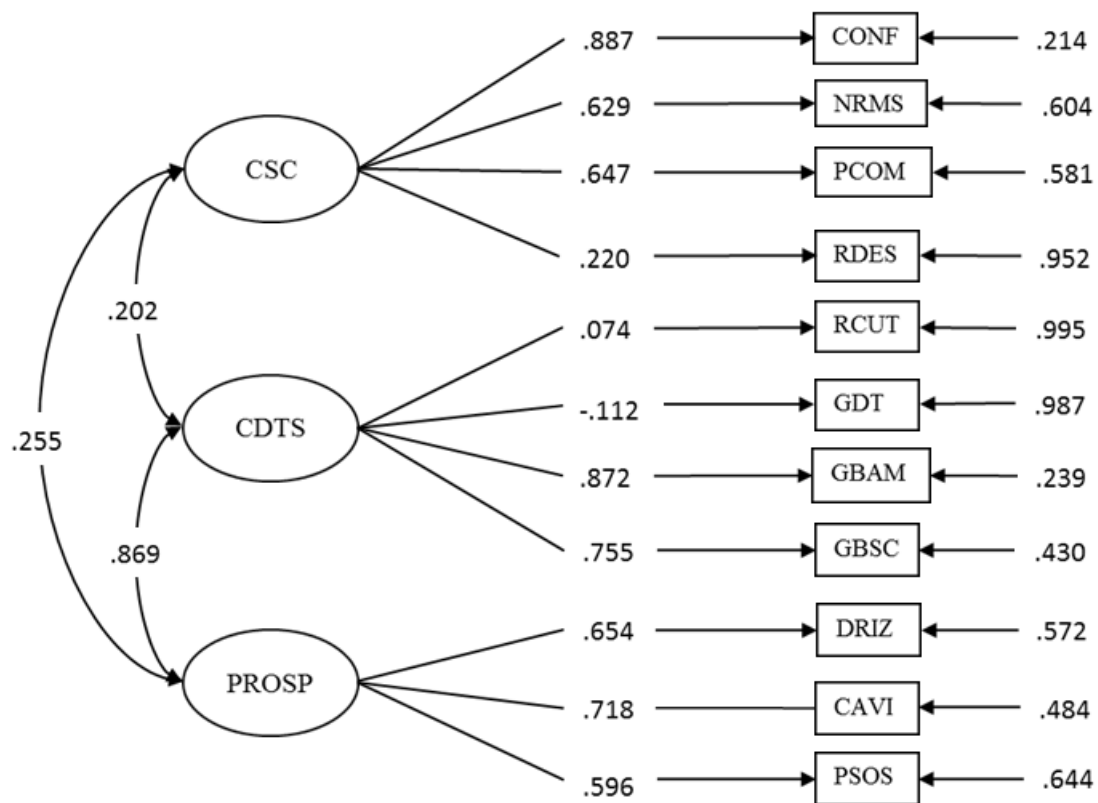


Figura 15. Análisis Factorial Confirmatorio de Segundo Orden. Método de estimación: Máximo verosímil. Método de estandarización del modelo STDYX (Standardization).

Los índices de bondad del modelo mostraron coeficientes de ajuste óptimos, para $X^2=181.184$, $gl=55$, $p \leq .000$; para los índices $RMSEA=0.000$; $CFI=1.000$; $SRMR=0.079$. Las cargas de los índices de bondad muestran un ajuste óptimo en el modelo factorial de segundo orden. Resumen del capítulo

Los análisis factoriales exploratorios realizados a los constructos mostraron en la mayoría de las variables observables cargas factoriales altas, con esto se pudo observar la estructura subyacente para cada dimensión en la construcción de grupos homogéneos de variables pertenecientes a cada vector. Posteriormente, el análisis de primer orden confirmó la estructura factorial de las variables latentes compuestas por las variables observables. Los índices de bondad de ajuste de los modelos exploratorios y confirmatorios fueron

satisfactorios. En el modelo de segundo orden se obtuvieron puntuaciones aceptables en las correlaciones entre los constructos, además los índices de ajuste mostraron en su mayoría una puntuación aceptable.

La escala desarrollada antes del análisis factorial se compuso de 92 variables observables pertenecientes a los constructos teóricos, posterior a su análisis factorial de segundo orden, se identificó un instrumento reducido a 47 variables observables. Con la discriminación se pudo capturar de forma más eficiente los ítems de los conceptos medidos en las comunidades. En el capítulo siguiente se muestran las discusiones y conclusiones de la asociación entre variables y la validación de éste.

CAPÍTULO VIII. DISCUSION Y CONCLUSIONES

8.1 Discusión

El modelo propuesto que se desarrolló en esta investigación se deriva de la revisión bibliográfica que señala una relación entre diferentes tipos de capital, prosperidad social y ventaja competitiva (Bronisz & Heijman, 2009; Bronisz, Ophem, & Heijman, 2014), en contextos principalmente de crecimiento y desarrollo económico (Woolcock & Narayan, 2000), reducción de pobreza (Atria et al., 2003), gobernanza comunitaria (Bowles & Gintis, 2002), también como factor de desarrollo empresarial (Rodríguez-Modroño & Román del Río, 2005), además de ser una herramienta para fortalecer la calidad de vida de los residentes de los destinos turísticos (Uysal et al., 2012).

Derivado de la revisión bibliográfica se propuso la siguiente pregunta de investigación ¿Se puede validar un instrumento que capture las dimensiones de CSC, CDTS, PROSP, en 10 comunidades turísticas asociadas a RITA? ¿Cómo se relaciona el capital social comunitario, la competitividad de los destinos turísticos sostenibles y prosperidad social de los destinos?, por tanto, se desarrolló un objetivo general y tres objetivos particulares. Los objetivos particulares hacen alusión a las relaciones hipotéticas derivadas del modelo conceptual, apoyando la descripción de relaciones individuales entre los constructos teóricos. El objetivo general de la presente investigación es la validación del instrumento de medición. Para ello se desarrolló el marco teórico sobre el cual descansa el modelo conceptual y del cual se derivan tanto los objetivos como las hipótesis de la presente investigación, posteriormente se desarrolló la parte metodológica para guiar el proceso de recolección de datos y análisis.

Basado en la revisión bibliográfica, identificaron instrumentos de medición tomadas de estudios previos para cada constructo del modelo teórico y se adaptaron al contexto rural. El análisis de validez y fiabilidad de las escalas de medición revela que la escala de cada constructo fue confiable y válida en términos de la consistencia interna y adecuación para medir lo que se pretendía medir. Derivado de lo anterior, se tiene una escala de medición para el capital social comunitario el cual se construyó por cuatro factores, los cuales se

denominaron confianza, normas, redes sociales y participación comunitaria. Para la competitividad de los destinos se construyó por medio de recursos naturales, recursos culturales, recursos creados, gestión de los destinos, gestión de beneficios socioculturales y gestión de beneficios ambientales.

Finalmente, para prosperidad social se percibió como un constante desarrollo económico, social y ambiental percibido por los residentes y se construyó por medio de tres factores denominados distribución de riqueza, calidad de vida y prácticas sostenibles. De esta forma, las escalas de medición que se desarrollaron y validaron empíricamente, concuerdan con los aportes teóricos y resultados empíricos derivados de estudios previos. Además se prueba la validez del instrumento al discriminar estadísticamente las cargas factoriales bajas o con alta correlación. Originalmente el instrumento contenía 92 ítems y se redujo a 47 ítems.

De acuerdo con los índices de ajuste del modelo de segundo orden, los coeficientes de los indicadores (CFI y SRMR) presentan un valor con puntuaciones aceptables positivas.

Los aportes teóricos y empíricos se describen a continuación de forma secuencial a las hipótesis de trabajo secundarias y posterior se discute la hipótesis principal.

1) Para la H2a se encontró una relación positiva entre CSC y CDTS. Los antecedentes de relación de las variables se han evaluado en diferentes contextos y algunos han encontrado relaciones de causa-efecto entre el CS y otras perspectivas, entre éstas, competitividad y prosperidad social. De acuerdo con estudios previos (Hwang & Stewart, 2017; Macbeth et al., 2004), el CS funge como detonador en el desarrollo de procesos productivos y de servicios, y haciendo un contraste con los hallazgos, esta relación, se ajusta de forma similar a las investigaciones previas, que hacen referencia explícitamente de una correlación entre los antecedentes teóricos de las variables de este estudio.

El efecto relacional que tiene el capital social comunitario en la competitividad de los destinos turísticos es bidireccional, es decir, tanto las formas de organización comunitaria con sus estatutos implícitos, en el ambiente comunitario turístico rural, permiten que los residentes se organicen y gestionen con el fin de llevar a cabo la creación y mejora de los

factores que componen la ventaja competitiva y la ventaja comparativa del destino turístico comunitario y viceversa. Los factores que juegan un papel importante en la consolidación de estas experiencias documentadas en este estudio son los factores del CSC, es decir, la confianza, las normas comunitarias, las redes sociales y la participación comunitaria, son indispensables en la asociación para la gestión de los recursos naturales y culturales; con relación a los primeros, los residentes han optado por el cuidado de los recursos naturales con el fin de aprovecharlos sosteniblemente a través del turismo y de las prácticas que conlleva el aprovechamiento y preservación. No obstante, también se identificó que existe capital social negativo, el cual se manifiesta por la exclusión de personas que no pertenecen al ámbito comunitario, en este contexto existen dos formas de exclusión; la primera, se da debido a la no disposición y/o transgresión de los estatutos implícitos, ocasionando que la persona que no se encuentra dispuesta a colaborar en las mismas condiciones, se le niegue el acceso a los beneficios derivados de la actividad turística y de acceso a los recursos naturales para el aprovechamiento, por ejemplo, el uso del suelo para la siembra.

La segunda se deriva de la no-pertenencia a la comunidad, es decir, las personas que no nacieron en la comunidad pero que se casaron con algún elemento hombre/mujer de la comunidad, no adquieren el nombramiento inmediato de comunero, ésta categoría no se brinda hasta que la persona interesada participe durante un periodo de tiempo en actividades de servicio social a la comunidad, entre estas se pueden mencionar cargos comunitarios como el Topil (seguridad), la faena o el tequio, que son actividades de mantenimiento y limpieza; esta no-pertenencia, también limita la participación en la toma de decisión sobre el manejo y aprovechamiento de recursos naturales, recursos culturales y recursos creados.

Con respecto a los recursos culturales, se identificó que los residentes valoran sus tradiciones y las prácticas culturales como elementos de atracción de turistas, y aunque durante el trabajo de campo no se percibió ninguna manifestación artística cultural, algunos residentes hicieron mención sobre la importancia de gestionar los elementos culturales y artísticos con la finalidad de incrementar el flujo turístico.

2) Para la H2b, se manejó una relación entre CSC y PROSP, los resultados muestran una carga positiva baja. De esta forma, la relación entre prosperidad y capital social, concuerda con lo expuesto en la revisión de literatura del CS; como ejemplo, Hospers y Lochem (2002), dimensionan la prosperidad como una variable de respuesta del desempeño económico, además mencionan que el CS contribuye teórica y empíricamente a la prosperidad. Es decir, los residentes perciben beneficios en la mejora de calidad de vida, en la distribución de la riqueza y en las prácticas sostenibles derivadas de las asociaciones que se tienen con capital social comunitario y viceversa, es decir, la prosperidad también se relaciona por medio del capital social.

3) La H2c, establece la relación entre CDTS y PROSP, dicha relación ha sido analizada y validada por diferentes académicos tomando como base el modelo de Calgary (Crouch & Ritchie, 1999; Ritchie & Crouch, 2003b), y de los determinantes del modelo propuesto por Dwyer y Kim (2003a). Se propuso para este estudio dicha relación; los resultados muestran una relación positiva entre CDTS y PROSP, estos resultados concuerdan con estudios previos. Al hacer un contraste entre la literatura y los hallazgos, se hace mención que la percepción de prosperidad es un concepto multidimensional conformado por las necesidades básicas materiales para la buena vida incluyendo el acceso a hogares seguros, adecuados ingresos y bienes materiales (Petrosillo et al., 2013); lo que se observó en campo al momento de entrevistar a las personas es una percepción de prosperidad derivada de la mejora en los servicios públicos, es decir, se percibió diferentes mejoras en servicios como la creación de instituciones educativas, en la mejora de la carretera de acceso al destino, en la distribución de servicios de agua potable entubada, en la distribución del acceso a luz eléctrica en las casas de la comunidad y en la distribución de alumbrado público. No obstante, la percepción en la mejora de los servicios de drenaje en la comunidad no obtuvo respuesta de mejora en la calidad y acceso, debido a que la mayoría de las comunidades manejan fosas sépticas. También se percibió bajo la mejora en los servicios de salud de la comunidad.

La distribución de la riqueza derivada del turismo se percibió de forma general como positiva a través de la mejora de los hogares por los ingresos que genera el turismo, de la misma forma se percibió una mejora en las oportunidades de empleo y en los ingresos

recibidos por el turismo, estos hallazgos concuerdan con lo expuesto por diferentes autores (Jeon, Kang, & Desmarais, 2016; Kim, Uysal, & Sirgy, 2013b)

Desde esta perspectiva, la PROSP se ha considerado un elemento indispensable a la hora de evaluar la competitividad de los destinos turísticos. Ambos enfoques tienen la característica de ser elementos multifacéticos y multidimensionales, en relación con lo anterior, dichos constructos permiten ser identificados en los diferentes contextos donde se desarrolla la práctica turística.

De esta forma, la PROSP se percibe por los residentes como una variable de respuesta de la CDTS en el contexto del turismo comunitario rural. Los hallazgos apoyan la relación preestablecida entre estas dos variables, y ayudan en la construcción teórica y empírica del acervo de estos enfoques.

Finalmente, se discute la H1a La escala de medición desarrollada para CSC, CDTS, PROSP, es válida y confiable. Para poder probar la hipótesis principal se desarrolló un modelo factorial de segundo orden, el cual sirvió también para responder la pregunta de investigación. Siguiendo algunos pasos recomendados por Ramos y De la Garza (2009, p. 140), se realizó previamente análisis factorial exploratorio para revisar la validez factorial de las escalas, usando además el índice de consistencia interna α de Cronbach para conocer la consistencia interna del instrumento de medición. El segundo paso, consistió en un análisis factorial confirmatorio, según López y Zavala (2009, p. 156) éste “se orienta por las teorías que dan sustento a los instrumentos de medición...para contrastar la hipótesis de la relación de correspondencia teórica con los datos”. De esta forma, se inició con análisis factorial de primer orden en la constitución de cada constructo con sus respectivas dimensiones, ocupando los datos obtenidos en las entrevistas para el análisis individual de cada variable latente.

Después de la construcción de las variables latentes con sus respectivas dimensiones subyacentes, se llevó a cabo el análisis confirmatorio de segundo orden. Para conocer la validez del modelo, se analizó las puntuaciones obtenidas de los índices de ajuste y del índice de consistencia interna α de Cronbach. López y Zavala (2019, p. 162) mencionan que la X^2

es el índice de ajuste por excelencia. De acuerdo con lo mencionado y contrastando, la X^2 (181.184; $gl=55$) se obtuvo un valor (3.29) que rebasa la puntuación aconsejada en la literatura. Es decir, los datos no se ajustan en cierto grado al modelo propuesto. No obstante, se presentan otros índices de ajuste (RMSEA, CFI, SRMR) los cuales muestran puntuaciones aceptables. Esto sucede cuando existen parámetros libres, derivado del tamaño de la muestra o de la distribución de los datos (López & Zavala, 2019).

8.2 Conclusiones

De acuerdo con la estructura metodológica de la tesis, se presenta la siguiente tabla que resume los elementos que guían la presente investigación con la finalidad de mostrar la coherencia entre los elementos estructurales y llegar a conclusiones validas del presente estudio. Posteriormente se presenta como primer punto las conclusiones teóricas, la segunda parte expone las conclusiones empíricas.

Tabla 12
Elementos estructurales que guían la investigación

	Pregunta de investigación	Objetivos	Hipótesis
General	¿Se puede validar un instrumento que capture las dimensiones de CSC, CDTS, PROSP, en 10 comunidades turísticas asociadas a RITA?	Validar un instrumento que mida capital social comunitario, competitividad de los destinos turísticos sostenibles y prosperidad social.	La escala de medición desarrollada para CSC, CDTS, PROSP, es válida y confiable.
Particular	¿Cómo se relaciona el capital social comunitario, la competitividad de los destinos turísticos	Describir la relación entre capital social comunitario y competitividad de los destinos turísticos sostenibles.	El CSC se correlaciona positiva con CDTS

	sostenibles y prosperidad social de los destinos?		
		Describir la relación entre capital social comunitario y prosperidad social de los destinos.	El CSC se correlaciona positiva con PROSP
		Describir la relación entre competitividad de los destinos turísticos sostenibles y prosperidad social	La CDTS se correlaciona positiva con PROSP

8.2.1. Conclusiones teóricas

La gran atención que se le ha dado al enfoque competitividad, prosperidad y capital social comunitario, desde el marco de referencia turístico han hecho de estos enfoques un marco obligado para la producción teórica y desarrollo de políticas, que ayudan desde un ámbito interno y externo, compuesto por diferentes actores, en la determinación de factores derivados desde dos perspectivas diferentes: la oferta turística con todos sus grupos de interés y la demanda turística. Desde la oferta turística, el surgimiento de nuevos destinos enmarcados en el turismo alternativo lleva la experiencia turística a nuevos planos conceptuales y contextos geográficos, en donde destacan diferentes tipologías turísticas, entre éstas se encuentra el ecoturismo, geoturismo, turismo basado en la naturaleza y turismo comunitario.

Desde la experiencia comunitaria, la relación que surge del CSC en las relaciones de apropiación de los recursos naturales de forma sostenible, permite de la misma forma direccionar la acción colectiva para el desarrollo del turismo. La relevancia del CS en la obtención de resultados empresariales y económicos en la comunidad, necesita de la participación del Estado que pueda actuar como agente rector en las primeras etapas de desarrollo del producto turístico, para verificar los procesos de gestión en las comunidades

con la finalidad de corregir las prácticas que se hayan desvirtuado de su buen funcionamiento. En el contexto de la competencia en diferentes industrias, se ha demostrado que diferentes tipos de capital entre estos el social, apoyan en la consolidación de la eficiencia, beneficiando la parte de la ventaja comparativa con un elemento indispensable como el CS que ayuda a formar recursos y capacidades que afectan de manera positiva el estatus competitivo de la empresa y la comunidad.

Desde la perspectiva de la CDTS se han manejado diferentes determinantes que inciden en la competitividad desde tres grandes constructos: los recursos de los destinos; la estructura de gestión del destino y el macro y microambiente, lo que hace del enfoque, un enfoque multidimensional y multifacético, de carácter evolutivo y adaptativo al contexto de estudio. Dado lo anterior, se puede afirmar que el constructo teórico de la CDT sigue en constante crecimiento y sigue siendo a la fecha el modelo teórico que más se ocupa para conocer los factores que amplifican o limitan la CDT. Lo que se observa en la literatura es que los recursos de los destinos siguen siendo el factor principal de atracción y el factor principal que compone el atractivo de un destino.

Sin embargo, los recursos por sí solos no son valorables en el mercado del turismo, estos necesitan que la gestión de los destinos los dote de marca, los haga accesibles y los logre posicionar en el mercado de venta de servicios. Ahora bien, en el contexto sostenible de los destinos, se han involucrado nuevos constructos teóricos que también afectan de manera positiva la constitución competitiva. La gestión de beneficios socioculturales y gestión de beneficios ambientales, son parte esencial para medir el desarrollo sostenible en el destino turístico comunitario. Por tanto, la generación de nuevos indicadores y dimensiones derivadas del enfoque sostenible permite en cierto grado medir la sostenibilidad de un destino turístico, y aunque teóricamente se abarca los tres pilares que sirven como base al desarrollo turístico sostenible, en la práctica cotidiana todavía se carece (en cierto grado) del cumplimiento de los objetivos que se han propuesto para las metas del desarrollo turístico sostenible.

El enfoque prosperidad social en el contexto de los destinos turísticos, tiene un papel esencial en la forma de cómo perciben los residentes los beneficios derivados de la competencia entre los destinos turísticos. La visualización globalizada de dicho enfoque ha hecho que constructos teóricos como, calidad de vida, bienestar social y derrama económica, entre otros, tengan un efecto de apoyo a la reconstrucción del constructo prosperidad social.

La PROSP es un concepto que se ha vinculado recientemente a la CDT, pero su origen, es completamente resultado de la actividad económica. No obstante, la forma en como se ha medido y se ha determinado, hace que este constructo se pueda percibir subjetivamente con indicadores bien establecidos que profundizan en el tema de la dispersión de los beneficios socioculturales, ambientales y económicos derivados de la competitividad de los destinos.

La prosperidad y el capital social se han comportado teóricamente como una relación de dependencia unidireccional, esto permitió al Banco Mundial, vincular al CS con los objetivos de desarrollo económico, crecimiento económico y con otras perspectivas teóricas.

Por tanto, se puede afirmar que los constructos teóricos que se han desarrollado, se han replicado y validado en diferentes contextos situacionales, los cuales debido a las diferencias contextuales desarrollan nuevas relaciones teóricas y empíricas, dotando de mayor capacidad de explicación a las variaciones empíricas al englobar nuevos conceptos teóricos.

8.2.2. Conclusiones empíricas

Los análisis estadísticos comprobaron que existe una adecuada relación estructural entre los constructos teóricos derivados de la revisión de literatura y los datos obtenidos empíricamente.

Debido a la naturaleza multifacética de los constructos teóricos, se diseñó un modelo factorial exploratorio que ayudo a confirmar la estructura subyacente de las variables observadas con relación a las variables latentes. El análisis factorial confirmatorio se estructuró en sus dos vertientes: análisis de primer orden y de segundo orden. El primero confirmó a la luz de la teoría las variables medibles asociadas a las dimensiones y de estas últimas a las variables latentes. En dicho análisis, la escala desarrollada se redujo de forma

particular para cada constructo por separado de acuerdo con los criterios de discriminación de ítems, dotando a los modelos factoriales de un mejor ajuste.

A partir de esta reducción se llevó a cabo el análisis factorial de segundo orden para conocer las asociaciones entre las principales variables latentes de estudio la finalidad del análisis de segundo orden fue discriminar los ítems y variables latentes que componen a cada constructo teórico, de esta forma la escala desarrollada es válida y confiable en el contexto de los destinos turísticos comunitarios asociados a la Red Indígena de Turismo de México. El análisis estadístico arrojó datos positivos para las relaciones entre CSC - CDTS; CSC - PROSP; y CDTS - PROSP.

Es importante mencionar, que este estudio no pretendió generar inferencia estadística en la muestra poblacional, lo que se buscó, fue generar una prueba piloto con una muestra adecuada para la validación de un instrumento de medición por medio de la metodología de modelado de ecuaciones estructurales, con la cual se identificaron los elementos del capital social comunitario, de competitividad de los destinos turísticos sostenibles y prosperidad social con la finalidad de poder asociar y explicar efectos en estudios posteriores (ver Anexo IV)

Construcción de variables latentes

Derivado del análisis factorial, las variables observadas hipotéticas de los constructos latentes se redujeron a una cantidad menor y se dotó de mejor ajuste entre los modelos de medición de cada variable latente. Los ítems que componen a cada factor fueron los ítems que tuvieron cargas mayores al momento de ser analizados estadísticamente con el software Mplus versión 7. Por tanto, se puede afirmar que estos ítems sirven para medir los factores de competitividad de los destinos, los factores del capital social y los factores de prosperidad social, todos desde la percepción del residente comunitario. A continuación, se desglosa por constructo teórico, las variables observables que mejor se correlacionaron en el análisis factorial confirmatorio.

Para el constructo capital social comunitario, se puede afirmar que las variables Confianza, Normas, Redes sociales y Participación comunitaria, son dimensiones que componen al CSC y se asume esta relación debido a que los índices de ajuste del modelo mostraron un buen ajuste de los datos al modelo (CFI=0.916, SRMR=0.64), además, se obtuvo un índice de consistencia interna ($\alpha=0.883$) aceptable.

Específicamente se encontró que el constructo confianza se integró de tres ítems los cuales obtuvieron cargas factoriales altas (CONF2=0.796; CONF4=0.764; CONF5=0.813), y fueron evaluados por los residentes por el grado en desacuerdo o acuerdo con las siguientes afirmaciones: CONF2= Yo puedo confiar en amigos que viven en esta comunidad; CONF4= Yo puedo confiar en cualquier miembro de la comunidad; CONF5= Por lo general puedo confiar en cualquier grupo creado dentro de la comunidad. La medición de la confianza se enmarcó en la capacidad de confiar en miembros internos de la comunidad, así como a las asociaciones o grupos que se crean dentro de la comunidad, esto representa una ventaja en la comunidad con relación al desarrollo del turismo, debido a que existe un grado de confianza y reciprocidad para apoyar cualquier actividad llevada dentro de la comunidad. Sin embargo, también se observó en el análisis factorial confirmatorio que los residentes comunitarios prefieren confiar en otros miembros y amigos, excluyendo a miembros del núcleo familiar u organizaciones ajenas a la comunidad.

Normas se integró de cuatro ítems, los cuales obtuvieron cargas factoriales altas (NRMS10=0.614; NRMS12=0.735; NRMS13=0.747; NRMS16=0.719), éstos fueron evaluados por los residentes con el grado en desacuerdo y acuerdo en las siguientes afirmaciones: NRMS10= la gente de nuestro pueblo conserva el medio natural para beneficio turístico-comunitario; NRMS12=muchas personas de nuestro pueblo trabajan para el desarrollo comunitario y lo hacen bien; NRMS13= la gente en mi comunidad tiene la actitud y la tendencia a obedecer la ley o las normas establecidas al interior de la comunidad; NRMS16= la mayoría de la gente nos regimos por las normas sociales internas. Los ítems que cargaron para el constructo normas se manejaron como estatutos implícitos en la interacción cotidiana con la finalidad de llevar a buen orden las relaciones al interior de la

comunidad, además se observó que la gente se encuentra comprometida con la preservación del medio natural para desarrollar el turismo.

Redes sociales se construyó de tres ítems, los cuales obtuvieron cargas factoriales altas (RDES17=0.920; RDES18=0.897; RDES20=0.698), y fueron evaluados por los residentes por el grado de frecuencia, se preguntó específicamente: RDES17= ¿Qué tan frecuente visitas otras comunidades para hacer nuevos amigos y compartir experiencias?, RDES18= ¿Qué tan frecuente visitas otras comunidades en busca de nuevas oportunidades de asociación para beneficio de ambas comunidades?, RDES20=¿Qué tan frecuente compartes nueva información que obtienes en otras comunidades para beneficio de la comunidad, amigos, familiares y vecinos? Las redes sociales mostraron un comportamiento de vinculación para incrementar el conocimiento al interior de la comunidad, dichas redes hacen énfasis en la vinculación al exterior de la comunidad con la finalidad de encontrar asociaciones que puedan apoyar el desarrollo del turismo.

Participación comunitaria se construyó por medio de cuatro ítems los cuales obtuvieron cargas factoriales altas (PCOM28=0.813; PCOM29=0.768; PCOM31=0.824; PCOM33=0.804), y fueron evaluados por el grado de frecuencia, específicamente se les pregunto: PCOM28=¿Qué tan frecuente participas en los eventos comunitarios locales?, PCOM29= ¿Qué tan frecuente puedes influir en los eventos comunitarios?, PCOM31= ¿Qué tan frecuente participas voluntariamente en grupos organizados de acción local para beneficio de la comunidad?, PCOM33= ¿Qué tan frecuente ayudas en tu tiempo libre en tareas del pueblo?. La participación al interior de la comunidad es una actividad que favorece la confianza y desde la visión de los participantes en este estudio, se considera importante para mantener en óptimas condiciones el emplazamiento turístico. Además, la participación de las personas no se encuentra exclusivamente en el aporte al turismo, también se desarrollan actividades que ayudan a mejorar la imagen de la comunidad para el buen vivir.

Se afirma que para el constructo competitividad de los destinos turísticos sostenibles, las variables que determinan la CDTS desde la perspectiva de los residentes comunitarios, fueron los recursos naturales, recursos culturales, recursos creados, estos recursos se correlacionan

entre sí para formar la CDTS. Los coeficientes de ajuste del modelo obtuvieron cargas favorables ($CFI=0.924$; $SRMR=0.061$; $\alpha=0.674$).

Específicamente se encontró que los recursos naturales se conformaron por los ítems que obtuvieron cargas factoriales altas ($RNAT38=0.804$; $RNAT39=0.810$; $RNAT40=0.828$). Se le pidió a los residentes responder: $RNAT38=$ ¿Qué tan importante consideras mantener preservado el paisaje natural del destino comunitario para el turismo?; $RNAT39=$ ¿Qué tan importante es para usted tener o desarrollar actividades recreativas al aire libre para los turistas?; $RNAT40=$ ¿En qué grado consideras que la naturaleza y las actividades basadas en la naturaleza son importantes para atraer turistas? Desde la perspectiva de los residentes, los recursos naturales forman parte importante en la atracción de los turistas. A través del cuidado, preservación y aprovechamiento del recurso natural se desarrolla la práctica turística, considerada la principal actividad económica para los residentes comunitarios que participan en el turismo.

El factor recursos culturales se formó por tres ítems, los cuales obtuvieron cargas factoriales altas, ($RCUT42=0.602$; $RCUT43=0.752$; $RCUT45=0.604$). Se le pidió al residente calificar las manifestaciones arquitectónicas, artísticas y artesanales que cree son importantes para el turista, se les pregunto $RCUT42=$ ¿En qué grado consideras que la artesanía tradicional de la comunidad es de importancia para la atracción de turistas?; $RCUT43=$ ¿En qué grado consideras que las características arquitectónicas tradicionales de la comunidad son de importancia para el turista?; $RCUT45=$ ¿En qué grado consideras que las expresiones artísticas y culturales de la comunidad son adecuadas para el turismo?. Los recursos culturales se consideran una actividad alterna que apoya la principal práctica turística en el medio natural. Estos se conformaron de tres elementos característicos que desde la perspectiva de los residentes son importantes para el turista, de esta forma la artesanía, la arquitectura tradicional y la adecuación de las expresiones artísticas y culturales, son a grandes rasgos elementos que también se manejan en la literatura.

Para los recursos creados (RCRE) se conformó de los elementos que conforman la infraestructura para apoyar la práctica turística. Específicamente se le pidió al turista calificar

afirmaciones en una escala de 1 a 10 para evaluar el grado de calidad. Los ítems que se tomaron para construir el factor fueron los que obtuvieron carga factorial alta (RCRE50=0.623; RCRE51=0.878; RCRE52=0.666). Específicamente, se pidió a los residentes que laboran en el turismo, calificar el grado de calidad percibido en relación a los elementos que componen a este factor; por tanto, se les preguntó: RCRE50= ¿En qué grado consideras que el alumbrado y vigilancia es suficiente y de calidad para turistas?; RCRE51= ¿En qué grado consideras que el servicio de sanitario en las áreas turísticas son suficientes y de calidad?; RCRE52= ¿En qué grado consideras que la información turística disponible como módulos y señalización es suficiente y de calidad?. Los recursos creados son los recursos que apoyan la práctica turística y desde la perspectiva de los residentes estos elementos son considerados los más importantes, por medio de estos, se evaluó la calidad percibida de dichos elementos en cada destino.

Para el factor gestión de los destinos (GDT), se evaluaron las acciones que se desarrollan en el destino turístico para gestionar o administrar los recursos, se le pidió al residente que visualizara estas acciones comprendidas en el periodo de 1 año. Este constructo se constituyó de tres factores denominados gestión turística (GTUR), gestión de beneficios ambientales (GBAM), y gestión de beneficios socioculturales (GBSC).

En el constructo GTUR, se obtuvo seis ítems con cargas factoriales altas (GTUR54=0.627; GTUR57=0.676; GTUR59=0.673; GTUR60=0.902; GTUR61=0.785; GTUR62=0.813), se le preguntó específicamente: GTUR54= ¿Qué tan frecuente el grupo turístico comunitario planea e implementa estrategias para el desarrollo del turismo?; GTUR57= ¿Qué tan frecuente el grupo turístico comunitario implementa estrategias para el desarrollo de infraestructura que satisfaga las necesidades de los turistas?; GTUR59= ¿Qué tan frecuente se comparte la visión de la empresa turística comunitaria entre los pobladores?; GTUR60= ¿Qué tan frecuente reciben asistencia técnica del gobierno u otras organizaciones para el desarrollo del producto turístico, imagen y marca?; GTUR61= ¿Qué tanto se involucran los residentes comunitarios en la gestión para generar ideas turísticas que contribuyan a la planeación, desarrollo y operación del turismo?; GTUR62= ¿En qué grado percibes la ayuda del gobierno para el proceso de desarrollo del turismo en la comunidad?. La gestión turística

de los destinos se considera un factor importante para el buen desarrollo de la *actividad* turística, se visualizó la inclusión de los residentes en las prácticas de gestión para fortalecer y desarrollar el producto turístico. Derivado de este análisis se observó que el involucramiento en la gestión, también es apoyado por la autoridad de gobierno de cada localidad, además del asociacionismo con RITA para obtener capacitaciones en el manejo de turistas.

Gestión de beneficios ambientales obtuvo tres cargas factoriales altas (GBAM67=0.883; GBAM68=0.910; GBAM69=0.759), se le preguntó al residente que calificara GBAM67= ¿Qué tan frecuente la comunidad está dispuesta a organizarse usando asociaciones y redes para buscar la preservación del recurso natural?; GBAM68= ¿Qué tan frecuente se da la comunicación efectiva e inclusiva de todos los residentes para el manejo de los recursos naturales?; GBAM69= ¿Qué tan frecuente la comunidad se capacita para el manejo de residuos sólidos?. La gestión de beneficios ambientales se consideró como un elemento clave, que en su mayoría se desarrolla desde la participación de los residentes en conjunto con otros actores para apoyar de una forma sostenible por medio de capacitaciones, la preservación del recurso natural.

Gestión de beneficios socioculturales, se compuso de tres ítems que obtuvieron carga factorial alta (GBSC73=0.823; GBSC74=0.619; GBSC75=0.805), se le preguntó al residente sobre los beneficios percibidos derivados de la actividad turística, específicamente se le preguntó GBSC73= ¿Qué tanto consideras que se ha incrementado la satisfacción social y crecimiento personal a través de las capacitaciones turísticas?; GBSC74= ¿Qué tanto ha permitido el turismo en la comunidad reconocer la importancia de cuidar sus tradiciones y lengua local?; GBSC75= ¿En qué grado consideras que están capacitados los integrantes de la empresa comunitaria para atender las necesidades de los turistas?. La gestión de beneficios socioculturales involucró los impactos percibidos de la actividad turística con la finalidad de mantener preservado ciertas características socioculturales endógenas de la comunidad, así como otras características relacionadas con el crecimiento personal.

Prosperidad social se compuso de tres factores denominados, prácticas sostenibles (PSOS), calidad de vida (CAVI), y distribución de la riqueza (DRIZ).

Prácticas sostenibles se integró de tres ítems con carga factorial alta (PSOS89=0.758; PSOS90=0.794; PSOS91=0.721), específicamente se le pregunto al residente evaluar PSOS89= ¿En qué grado ha mejorado la participación de los residentes comunitarios en programas de capacitación turística en esta comunidad?; PSOS90=¿En qué grado se ha incrementado la participación en prácticas de conservación de la naturaleza y vida silvestre para beneficio de la comunidad y el turismo?; PSOS91= ¿En qué grado se ha incrementado la participación de los residentes en la recolección de basura?. Las prácticas sostenibles son consideradas por los residentes como elementos que ayudan a mejorar la percepción de prosperidad por medio del cuidado del recurso natural.

El segundo factor que compone a prosperidad, es calidad de vida, la percepción de CAVI desde la perspectiva del residente, abarca los factores más representativos que el residente comunitario considera para tener una buena calidad, este factor se integró de cinco ítems los cuales obtuvieron carga factorial alta (CAVI81=0.817; CAVI82=0.807; CAVI83=0.762; CAVI84=0.838; CAVI87=0.733), se le pregunto CAVI81= ¿En qué grado ha mejorado la imagen de las calles y el alumbrado público en la comunidad?; CAVI82= ¿En qué grado ha mejorado la calidad y accesibilidad de los servicios de salud en la comunidad?; CAVI83= ¿En qué grado ha mejorado la calidad y accesibilidad del servicio de luz eléctrica en las casas de la comunidad?; CAVI84= ¿En qué grado ha mejorado la calidad y accesibilidad del servicio de agua potable entubada en mi comunidad?; CAVI87= ¿En qué grado se ha incrementado el acceso a mejores y diversos productos alimenticios que se ofrece en la comunidad por el turismo?.

Derivado del análisis se puede afirmar que la calidad de vida en los destinos turísticos es de forma global una mejora en los espacios públicos y en los servicios básicos que se deben brindar por parte del estado para apoyar las actividades diarias de los residentes de un destino, además, los servicios públicos también sirven para apoyar la práctica turística.

El último factor que ayuda a la construcción de prosperidad es distribución de la riqueza, ésta se integró de cuatro ítems con cargas factoriales altas (DRIZ76=0.727; DRIZ77=0.941; DRIZ78=0.708; DRIZ79=0.710), se le preguntó específicamente DRIZ76= ¿En qué grado ha mejorado tú vivienda por los ingresos que genera el turismo?; DRIZ77= ¿En qué grado han mejorado tus ingresos económicos por el turismo que se desarrolla en la comunidad?; DRIZ78= ¿En qué grado se han generado más oportunidades de empleo para la comunidad?; DRIZ79= ¿En qué grado tu calidad de vida ha mejorado desde que trabajas en el turismo?

Los elementos evaluados por los residentes con relación a la distribución de la riqueza muestran cuales son los elementos que mejor representan la percepción del residente en cuanto a los beneficios económicos enmarcados en la prosperidad social.

Se expone finalmente el modelo de análisis factorial confirmatorio de segundo orden, los índices de ajuste mostraron que el modelo de segundo orden, es un modelo que se ajusta a los datos obtenidos de la investigación por encuestas en las comunidades, los coeficientes (CFI=1.000; RMSEA= 0.000; SRMR=0.079) mostraron cargas óptimas señaladas por la literatura SEM. La correlación que existe entre los tres constructos son positivas; la primer relación entre CSC y CDTS se obtuvo una carga de correlación positiva baja ($r=.202$), para CSC y PROSP se obtuvo una correlación positiva baja ($r=.255$), finalmente CDTS y PROSP obtuvo una carga positiva alta ($r=.869$) con estos datos de las correlaciones, se puede concluir que las comunidades presentan características medibles del capital social comunitario como confianza, normas, redes y participación comunitaria las cuales se manifestaron como variables observadas para lograr la constitución del MAFCSO en conjunto con CDTS y PROSP.

Los elementos de la CDTS evaluados por los residentes comunitarios y ejidales, fueron recursos culturales, gestión de los destinos turísticos, gestión de beneficios ambientales y gestión de beneficios socioculturales como las variables más importantes en la percepción o como elementos de mejora para la comunidad en el ámbito turístico. Se puede concluir que las variables gestión de beneficios ambientales y socioculturales son constructos que se asocian con el enfoque sostenible de la competitividad turística, es decir, la percepción de los

beneficios que se derivan de la práctica sostenible en los destinos turísticos se manifiestan por los ítems que construyeron a cada variable latente. De esta forma, se puede concluir que los beneficios mencionados, se pueden enmarcar en el enfoque de la competitividad de los destinos como variables para medir ciertos impactos relacionados con el enfoque sostenible.

En el contexto de la prosperidad social, se puede concluir que éste, se encuentra relacionado en mayor medida con el enfoque competitividad de los destinos que con el enfoque del capital social y se constata por la gran diferencia en las magnitudes de los coeficientes de correlación. Con esto se puede concluir que haciendo referencia a los diferentes hallazgos que encuentran correlaciones altas entre competitividad de los destinos y la percepción de prosperidad social, se llega al mismo resultado de correlación entre estos constructos.

La distribución de la riqueza, calidad de vida y prácticas sostenibles, se perciben como elementos que construyen el constructo de prosperidad social. Estas dimensiones son indispensables en la percepción de la PROSP en las comunidades turísticas rurales, se debe señalar que la variable, prácticas sostenibles, es un elemento con el cual también se evalúa las acciones tomadas en los destinos para cuidar y preservar el medio ambiente natural además de recibir beneficios económicos derivados de este tipo de práctica.

La relación que guarda la prosperidad con capital social es bidireccional y aunque es baja, es positiva, por tanto, los hallazgos de este estudio apoyan teórica y empíricamente la correlación de la cual se habla en el ámbito académico y de instituciones internacionales.

8.3 Implicaciones

Sobre la base de los resultados obtenidos de la presente investigación se desarrollan las siguientes implicaciones. El modelo desarrollado en este estudio, ayuda a entender las relaciones entre los tres constructos teóricos de la presente investigación, en este ámbito comunitario se dan relaciones entre las dimensiones del CSC como confianza, normas, redes, y participación comunitaria y los factores determinantes de la CDTS, como recursos naturales, recursos culturales, recursos creados, gestión turística, gestión de beneficios ambientales y socioculturales, de la misma forma la relación que guarda PROSP con CDTS

y CSC es por medio de la distribución de la riqueza, calidad de vida y prácticas sostenibles como dimensiones de PROSP. Esta asociación puede ayudar a que el desarrollo de la competitividad turística se construya sobre la relación del CSC y PROSP.

Tomando como punto de partida al capital social comunitario y los factores que se derivaron del análisis factorial confirmatorio, se desglosa a continuación las implicaciones que tiene la relación de las siguientes dimensiones en la comunidad.

El constructo confianza se encuentra sobre una base sólida de relaciones al interior de la comunidad lo que ayuda a reforzar y de alguna forma ampliar las redes al interior de la comunidad. Esto ayuda a desarrollar relaciones más sanas y recíprocas que apoyan el desarrollo de actividades para beneficio común.

Las normas sociales que se crean al interior de la comunidad tienen propósitos que apoyan el respeto al uso y aprovechamiento de recursos naturales, sociales y financieros, los cuales son base para diferentes actividades económicas. No obstante, las normas también tienen el carácter de poder excluir a personas no nacidas en la comunidad o a los propios agentes comunitarios. Esto se ha visto como una práctica habitual en las diferentes comunidades que se ocuparon para el estudio, desde esta óptica, el desarrollo y aplicación de las normas al interior de la comunidad pueden beneficiar ampliamente a la comunidad al generarse acuerdos mutuos que salvaguarden los recursos naturales, sociales y financieros. Sin embargo, las normas también generan exclusión en diferentes niveles de participación comunitaria como ejemplo el derecho a votar en las asambleas.

Las redes sociales en las comunidades son un elemento que permite a los actores y organizaciones propias de la comunidad, adquirir conocimiento para difundirlo entre familiares, amigos y diferentes actores dentro de la comunidad, este tipo de capital social les ha permitido obtener elementos para consolidar empresas comunitarias, para el caso del turismo, las redes funcionan como elemento indispensable para vincularse con actores externos a la comunidad, en este caso, dependencias gubernamentales, asociaciones civiles y organizaciones sin fines de lucro, las cuales apoyan al desarrollo de diferentes actividades productivas que se llevan dentro de la comunidad.

La participación de los residentes comunitarios en las diferentes actividades que se desarrollan dentro la comunidad, específicamente en el turismo, ayuda a mantener en óptimas condiciones el emplazamiento turístico. Desde esta perspectiva la participación es un elemento indispensable en la operación y gestión de los destinos turísticos. Al interior de la comunidad, la participación se hace indispensable para mejorar la calidad de vida de los residentes comunitarios, como ejemplo se tiene actividades denominadas “tequio y faena” las cuales se caracterizan por la participación de los residentes en la mejora de la imagen de la comunidad, es decir, la gente se organiza para hacer trabajos de limpieza de calles y ríos, poda de árboles, fiestas patronales o comunitarias, arreglo de los templos religiosos, entre otros.

Las implicaciones para el constructo CDTs desde la perspectiva académica y práctica son diversas, y aunque se encuentran enmarcadas en la óptica de los residentes comunitarios, se puede decir que el cuidado de los diferentes recursos naturales, culturales y creados, son también evaluados por los residentes como factores que ayudan en la conformación de la imagen del destino. Los recursos naturales del destino se deben considerar como uno de los elementos más importantes para llevar a cabo las diferentes prácticas turísticas, para la mayoría de las comunidades que manejan algún tipo de turismo basado en la naturaleza es indispensable que los accesos, señalización y otros servicios complementarios a la actividad tengan un nivel de calidad que permita el correcto aprovechamiento de estos.

Los recursos culturales, tienen cierta importancia en el atractivo de los destinos, aunque no es completamente un elemento que pueda influir en la opción de compra del producto turístico, se debe considerar un elemento de apoyo que pueda ser aprovechado para diversificar las actividades turísticas y pueda generar más dispersión de los beneficios económicos.

Los recursos creados como las carreteras principales de acceso al destino, señalética, módulos de información turística, hoteles y restaurantes, son elementos que apoyan de forma directa la actividad turística y desde la perspectiva de los residentes estos deberían mantenerse lo mejor preservados. En este punto, la vinculación comunitaria con la

participación del gobierno local y estatal es indispensables en la planeación de mejora de la infraestructura para el turismo.

La gestión de los destinos turísticos es uno de los pilares que en conjunto con los recursos de los destinos se encarga de construir la competitividad de los destinos. La gestión de los recursos naturales y culturales al interior de la comunidad por medio de los residentes comunitarios que trabajan en el turismo permite la consecución de un fin que es llevar al destino a un mercado meta. Esta gestión endógena de la comunidad se puede ver afectada positivamente por actores públicos y privados, asociaciones, y organizaciones como RITA.

La gestión de beneficios ambientales ayuda a generar conciencia sobre la importancia de preservar y aprovechar el recurso por medio de la búsqueda de asociación o redes, además, por medio de la gestión, se capacita a los residentes para el manejo de los recursos naturales y el manejo de residuos sólidos, lo que puede impactar de forma positiva en la percepción del medio natural.

La gestión de beneficios socioculturales puede permitir a los residentes comunitarios incrementar la satisfacción y crecimiento personal por medio de las capacitaciones turísticas, las cuales sirven para brindar apoyo para satisfacer las necesidades de los turistas. Además, la preservación de la lengua y tradición local genera identidad de arraigo evitando la transculturación.

Las implicaciones para la percepción de prosperidad social en las comunidades, es una parte importante porque se construye por medio de las prácticas sostenibles, estas se desenvuelven a través de la participación en capacitaciones turísticas, en prácticas de conservación de naturaleza y vida silvestre, y en la participación de recolección de basura en las áreas naturales. Dado lo anterior, se considera que las prácticas sostenibles forman parte de la percepción de la prosperidad, esto quiere decir que el residente comunitario que labora en el turismo se siente de alguna forma prospero derivado de las prácticas sostenibles, esto puede tener repercusiones positivas en el empoderamiento del cuidado de sus recursos e ir influyendo en el incremento de la participación de los residentes comunitarios en programas de capacitación turística.

Para incrementar la percepción de calidad de vida de los residentes es necesario que se incremente la calidad y accesibilidad de los servicios básicos que se ofrecen en la comunidad como los servicios de alumbrado público, servicios de salud, luz eléctrica en los hogares de la comunidad, y el agua potable. Estos servicios son a su vez complementos para la actividad turística, los cuales son de suma importancia para que el turista y residente se sientan seguros y puedan percibir un ambiente más sano y equitativo.

Las implicaciones que tiene la distribución de la riqueza en las comunidades rurales que se dedican al turismo, son de suma importancia, porque permite a los residentes participar de los efectos directos e indirectos que tiene la práctica turística en las comunidades. Desde este punto de vista, la distribución de la riqueza se manifiesta como un resultado de la actividad laboral turística llevada por los residentes comunitarios. La mejora de los ingresos económicos por el turismo es un factor importante que considerar, por medio de estos, los residentes comunitarios mejoran sus viviendas, además, la actividad turística genera un incremento en la oferta laboral en el destino. Desde esta perspectiva, la actividad turística permite que se involucre directamente a los residentes para generar un beneficio económico, por otro lado, la demanda de productos elaborados o de materia prima por la comunidad para apoyar la práctica turística hace que se dispersen los efectos multiplicadores del turismo.

Las implicaciones para las escalas desarrolladas en este estudio pueden encontrar forma de replicarse en comunidades turísticas rurales, que cuenten con características similares a la muestra de estudio, ya que se demostró que las escalas son válidas y fiables, esto se encuentra apoyado por un marco teórico sólido y una metodología robusta al hacer uso del modelado de ecuaciones estructurales. Derivado de lo anterior, el instrumento de medición es un instrumento válido y confiable para medir capital social comunitario, competitividad de los destinos turísticos sostenibles y prosperidad social.

El modelo teórico factorial de segundo orden de esta investigación, contribuye al subsecuente desarrollo de teoría, la relación entre capital social comunitario y competitividad de los destinos turísticos sostenibles, muestra como el capital social de los residentes comunitarios se relaciona de forma positiva en el desarrollo y fortalecimiento de factores

competitivos y viceversa, dichos factores se manifiestan en todas las actividades desarrolladas por los residentes para consolidar el sitio turístico y posicionarlo en un mercado regional e internacional de una forma sostenible. Es decir, mientras los residentes de comunidades rurales adopten prácticas de cuidado, preservación, gestión en el uso y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales con fines turísticos desde las formas de organización endógena de la comunidad, como el capital social, estas comunidades tendrán mejores oportunidades de obtener beneficios derivados de la participación en el mercado turístico.

Las implicaciones que tiene este estudio para el desarrollo de políticas públicas, se encuentran delimitado específicamente, en estimular los diferentes tipos de capital social derivados de esta investigación, con la finalidad de aumentar la acción colectiva y poder obtener una participación activa en el turismo, consecuentemente se puede relacionar positivamente la prosperidad social de los residentes con el capital social comunitario. Los actores públicos pueden hacer uso del instrumento de medición para evaluar el grado de relación o en su defecto, buscar efectos determinísticos entre las variables de estudio en destinos turísticos comunitarios, con la finalidad de identificar las variables latentes continuas que afectan la percepción de prosperidad social en los destinos turísticos rurales, desde esta perspectiva se debería abogar por incrementar tangible e intangiblemente el capital social en comunidades rurales que cuenten con recursos susceptibles de aprovechamiento turístico.

8.4. Limitaciones y recomendaciones del estudio

La principal limitante de la investigación fue el tiempo y el recurso económico para el levantamiento de datos en diferentes comunidades. Por ello se limita a levantar un estudio piloto donde se identifican los ítems más relevantes que sirvan de base para un estudio posterior con carácter inferencial. RITA puede utilizar este instrumento para medir la competitividad de sus destinos e identificar las áreas de oportunidad.

Las recomendaciones para futuras investigaciones se traducen en ampliar la muestra de las comunidades rurales para obtener inferencias a las comunidades turísticas rurales. Se

recomienda que dichas comunidades tengan características similares a la determinación de la muestra. Se recomienda para futuras investigaciones que se elabore además de la investigación por encuestas, se lleven a cabo entrevistas con los residentes para obtener datos cualitativos que puedan profundizar en cómo se han adquirido las diferentes formas de capital social comunitario y sí de alguna forma, esto incide en la forma de percibir la prosperidad social del destino o simplemente se da en la relación con la competitividad de los destinos turísticos.

También se recomienda que con el mismo instrumento de medición de la competitividad se mida desde la perspectiva del turista los factores que surgieron de esta investigación para poder hacer análisis comparativos sobre la percepción de la calidad de los recursos naturales, recursos culturales, recursos creados y las diferentes formas de gestión percibidas por los residentes.

Finalmente se debe considerar el generar vinculación entre organizaciones, asociaciones, actores gubernamentales y académicos que puedan ayudar a capacitar a los residentes en las diferentes etapas de producción, desarrollo y comercialización del producto o destino turístico.

REFERENCIAS

- Ab.Hadi, M. Y., Roddin, R., Razzaq, A. R. A., Mustafa, M. Z., & Baser, J. A. (2013). Poverty Eradication through Vocational Education (Tourism) among Indigenous People Communities in Malaysia: Pro-poor Tourism Approach (PPT). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *93*, 1840–1844. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.127>
- Abreu-novais, M., Ruhanen, L., & Arcodia, C. (2016). Destination competitiveness : what we know , what we know but shouldn ' t and what we don ' t know but should. *Current Issues in Tourism*, *19*(6), 492–512. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1091443>
- Adeyinka-Ojo, S. F., Khoo-Lattimore, C., & Nair, V. (2014). A Framework for Rural Tourism Destination Management and Marketing Organisations. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *144*, 151–163. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.284>
- Aguilar, J. P., & Sen, S. (2009). Comparing conceptualizations of social capital. *Journal of Community Practice*, *17*(4), 424–443. <https://doi.org/10.1080/10705420903299979>
- Aguiló, E., Alegre, J., & Sard, M. (2005). The persistence of the sun and sand tourism model. *Tourism Management*, *26*(2), 219–231. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.11.004>
- Amir, A. F., Ghapar, A. A., Jamal, S. A., & Ahmad, K. N. (2015). Sustainable tourism development: A study on community resilience for rural tourism in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *168*, 116–122. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.217>
- Amir, S., Osman, M. M., Bachok, S., & Ibrahim, M. (2015). Sustaining Local Community Economy Through Tourism: Melaka UNESCO World Heritage City. *Procedia Environmental Sciences*, *28*, 443–452. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2015.07.054>
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.103.3.411>

- Ansari, S., Munir, K., & Gregg, T. (2012). Impact at the “Bottom of the Pyramid”: The role of social capital in capability development and community empowerment. *Journal of Management Studies*, 49(4), 813–842. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2012.01042.x>
- Archer, B. H., Cooper, C., & Ruhanen, L. (2005). *The positive and negative impacts of tourism. Global tourism*. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/b978-0-7506-7789-9.50011-x>
- Armenski, T., & Marković, V. (2011). Integrated model of destination competitiveness. *Geographica ...*, 15(2), 58–69. Retrieved from <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0354-87241102058A>
- Armenski, Tanja, & Gomezelj, D. (2011). Destination Competitiveness: A challenging Process for Serbia. *Journal of Studies in ...*, 19–33. Retrieved from http://www.gabrielsimion.net/humangeographies.org.ro/articles/51/5_1_11_2_armenski.pdf
- Arslan, N., & Tathdil, H. (2012). Defining and Measuring Competitiveness : A Comparative Analysis of Turkey With 11 Potential Rivals. *International Journal of Basic & Applied Sciences*, 12(2), 31–43.
- Ashley, C., & Garland, E. (1994). Community-based tourism development why , what and how ? *Research*, (4), 1–29. Retrieved from <http://www.the-eis.com/data/RDPs/RDP04.pdf>
- Atria, R., Siles, M., Arriagada, I., Robison, L., & Whiteford, S. (2003). *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma. Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. Retrieved from http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2332/S029693_es.pdf
- Aveiro, D., & Eusébio, C. (2015). Host-tourist interaction and impact of tourism on residents’ Quality of Life. *Tourism & Management Studies*, 11(1), 25–34.

- Babbie, E. (2007). *The Practice of Social Research* (Eleventh e). Thomson Wadsworth. <https://doi.org/10.4135/9780857020116>
- Baggio, R., & Cooper, C. (2010). Knowledge transfer in a tourism destination: the effects of a network structure. *The Service Industries Journal*, 30(10), 1757–1771. <https://doi.org/10.1080/02642060903580649>
- Bălan, D., Balaure, V., & Vegheș, C. (2009). Travel and tourism competitiveness of the world's top tourism destinations: an exploratory assessment. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 11(2), 979–987.
- Balkyte, A., & Tvaronavičiene, M. (2010). Perception of competitiveness in the context of sustainable development: Facets of “sustainable competitiveness.” *Journal of Business Economics and Management*, 11(2), 341–365. <https://doi.org/10.3846/jbem.2010.17>
- Balslev Clausen, H., & Gyimóthy, S. (2016). Seizing community participation in sustainable development: pueblos Mágicos of Mexico. *Journal of Cleaner Production*, 111, 318–326. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.01.084>
- Barbini, B. (2008). Capital social y desarrollo. Aplicación de indicadores de capital social al ámbito turístico. *Aportes y Transferencias*, 12(2), 65–91. Retrieved from <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/371>
- Barbosa, J. S. (2007). Economía, cultura y ambiente: El Turismo Sostenible en el Caribe Contemporáneo. *Cuadernos Sobre Relaciones Internacionales, Regionalismo y Desarrollo*, 2(4), 107–119. Retrieved from <http://interweb.mora.edu.mx/docs/Nov2009/Nov2009-0129.pdf>
- Barkauskas, V., Barkauskienė, K., & Jasinskas, E. (2015). Analysis of Macro Environmental Factors Influencing the Development of Rural Tourism: Lithuanian Case. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 167–172. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.421>
- Baron, J., & Hannan, M. (1994). The impact of economics on contemporary sociology.

Journal of Economic Literature. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2728604>

- Bashi, E. (2015). Cultural Heritage of Albania – A Fabulous Economic Source for the Sustainable Economic Development of Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188, 89–94. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.342>
- Beatty, P., Reay, I., Dick, S., & Miller, J. (2011). Consumer trust in e-commerce web sites: A meta-study. *ACM Computing Surveys (CSUR)*. Retrieved from <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1922651>
- Benavides, S. (2008). ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS Y CLUSTERS: UNA ESTRATEGIA PARA FORTALECER LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL TURISMO RURAL. *Revista Geográfica de América Central*, 113–129. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/4517/451745390006.pdf>
- Berke, P., Ericksen, N., & Crawford, J. (2002). Planning and indigenous people: Human rights and environmental protection in New Zealand. *Journal of Planning*. Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0739456X02238442>
- Blackstock, K. (n.d.). A critical look at community based tourism. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsi005>
- Blake, A., Arbache, J. S., Sinclair, M. T., & Teles, V. (2008). Tourism and poverty relief. *Annals of Tourism Research*, 35(1), 107–126. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.06.013>
- Boukas, N., & Ziakas, V. (2016). Tourism policy and residents' well-being in Cyprus: Opportunities and challenges for developing an inside-out destination management approach. *Journal of Destination Marketing & Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.12.004>
- Bouma, J., Bulte, E., & van Soest, D. (2008). Trust and cooperation: Social capital and community resource management. *Journal of Environmental Economics and Management*, 56(2), 155–166. <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2008.03.004>

- Bourdieu, P. (1985). The social space and the genesis of groups.pdf. *Theory and Society*, 14(6), 723–744. <https://doi.org/10.2307/657373>
- Bowles, S., & Gintis, H. (2002). Social capital and community governance. *Economic Journal*, 112(483). <https://doi.org/10.1111/1468-0297.00077>
- Brida, J. G., Monterubbianesi, P. D., & Zapata-Aguirre, S. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. Retrieved from http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/AET/TS/AM/04/Impactos_del_turismo.pdf
- Brida, J., London, S., & Rojas, M. (2014). El turismo como fuente de crecimiento económico: impacto de las preferencias intertemporales de los agentes. *Investigación Económica*, LXXIII, 59–77. [https://doi.org/10.1016/S0185-1667\(15\)30003-5](https://doi.org/10.1016/S0185-1667(15)30003-5)
- Briones, G. (1996). *Metodología de la Investigación Cuantitativa en las Ciencias Sociales*.
- Bronisz, U., & Heijman, W. (2009). The Impact of Social Capital on the Regional Growth and Competitiveness in Poland. *EAAE*, 1–13.
- Bronisz, U., Ophem, J. Van, & Heijman, W. (2014). The impact of intellectual and social capital on the competitiveness of Polish regions, 14(4), 25–36.
- Brown, T., & Moore, M. (2012). Confirmatory Factory Analysis. In *Handbook of Structural Equation Modeling* (pp. 361–379).
- Brundtland, G. H. (1987). Our Common Future—Call for Action. *Environmental Conservation*, 14(04), 291. <https://doi.org/10.1017/S0376892900016805>
- Bruneckiene, J., Cincikaite, R., & Kilijoniene, A. (2012). The Specifics of Measurement the Urban Competitiveness at the National and International Level. *Engineering Economics*, 23(3), 256–270. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.23.3.1272>
- Buckley, R. (2009). Evaluating the net effects of ecotourism on the environment: a framework, first assessment and future research. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(6), 187

643–672. <https://doi.org/10.1080/09669580902999188>

- Buckley, R. (2012). SUSTAINABLE TOURISM: RESEARCH AND REALITY. *Annals of Tourism Research*, 39, 528–546. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.02.003>
- Campón-Cerro, A. M., Hernández-Mogollón, J. M., & Alves, H. (2016). Sustainable improvement of competitiveness in rural tourism destinations: The quest for tourist loyalty in Spain. *Journal of Destination Marketing & Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.04.005>
- Canavan, B. (2016). Tourism culture: Nexus, characteristics, context and sustainability. *Tourism Management*, 53, 229–243. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.002>
- Catalino, A. H., & Lizardo, M. (2004). Agriculture, Environmental Services and Agro-Tourism in the Dominican Republic. *Electronic Journal of Agricultural and Development Economics*, 1(1), 87–116.
- Catena, A. (2003). Análisis multivariadoun manual para investigadores. Retrieved from <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=sibe01.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=026292>
- Cea d'Ancona, M. A. (2002). *Análisis multivariable. Teoría y práctica en la investigación social*. Síntesis. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=137285>
- Ch, C., Lo, M., & Ramayah, T. (2016). Rural Tourism Sustainable Management and Destination Marketing Efforts : Key Factors from Communities ' Perspective, (4).
- Chaskin, R. J., Goerge, R. M., Skyles, A., & Gultinan, S. (2006). MEASURING SOCIAL CAPITAL : AN EXPLORATION IN COMMUNITY – RESEARCH PARTNERSHIP, 34(4), 489–514. <https://doi.org/10.1002/jcop>
- Chen, C.-M., Chen, S.-H., Lee, H.-T., & Tsai, T.-H. (2016). Exploring destination resources and competitiveness—A comparative analysis of tourists' perceptions and satisfaction

- toward an island of Taiwan. *Ocean & Coastal Management*, 119, 58–67. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2015.09.013>
- Chen, C.-M., Chen, S. H., & Lee, H. T. (2011). The destination competitiveness of Kinmen's tourism industry: exploring the interrelationships between tourist perceptions, service performance, customer satisfaction and sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(2), 247–264. <https://doi.org/10.1080/09669582.2010.517315>
- Chikán, A. (2008). National and firm competitiveness: a general research model. *Competitiveness Review: An International Business Journal Incorporating Journal of Global Competitiveness*, 18(1/2), 20–28. <https://doi.org/10.1108/10595420810874583>
- Chin, C.-H., Lo, M.-C., Songan, P., & Nair, V. (2014). Rural Tourism Destination Competitiveness: A Study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, 35–44. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.271>
- Chuang, M., Chen, C., & Lin, M. J. (2016). The impact of social capital on competitive advantage: The mediating effects of collective learning and absorptive capacity. *Management Decision*, 54(6), 1443–1463. <https://doi.org/10.1108/MD-11-2015-0485>
- Cîrstea, Ș. D. (2014). Travel & Tourism Competitiveness: A Study of World's Top Economic Competitive Countries. *Procedia Economics and Finance*, 15, 1273–1280. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00588-7](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00588-7)
- Claver-Cortés, E., Molina-Azorín, J. F., & Pereira-Moliner, J. (2007). Competitiveness in mass tourism. *Annals of Tourism Research*, 34(3), 727–745. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.03.010>
- Cleverdon, R., & Kalisch, A. (2000). Fair Trade In Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 2, 171–187. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1522-1970\(200005/06\)2:3<171::AID-JTR194>3.0.CO;2-K](https://doi.org/10.1002/(SICI)1522-1970(200005/06)2:3<171::AID-JTR194>3.0.CO;2-K)
- Cohen, A. (1985). *The Symbolic Construction of Community*. *Man* (Vol. 23).

<https://doi.org/10.2307/2803278>

Cohen, E. (1979a). A Phenomenology of Tourist Experiences. *Sociology*, 13(2), 179–201.

<https://doi.org/10.1177/003803857901300203>

Cohen, E. (1979b). Rethinking the sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(1),

18–35. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90092-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90092-6)

Cohen, J. (1988). *STATISTICAL POWER ANALYSIS for the BEHAVIORAL SCIENCES* (2nd ed.). LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES.

Cohen, J. (1992). A Power Primer. *Psychological Bulletin [PsycARTICLES]*, 112(1).

Retrieved from <http://www2.psych.ubc.ca/~schaller/528Readings/Cohen1992.pdf>

Coleman, J. S. . (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *The American*

Journal of Sociology, 94, 95–120. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2780243>

Corral, Y. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la

recolección de datos. *Revistas Ciencias de La Educación*, 19(33), 228–247.

Cottrell, S. P., Vaske, J. J., & Roemer, J. M. (2013). Resident satisfaction with sustainable

tourism: The case of Frankenwald Nature Park, Germany. *Tourism Management*

Perspectives, 8, 42–48. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.05.005>

Cracolici, F., Rietveld, P., & Nijkamp, P. (2006). *Assessment of Tourist Competitiveness by*

analysing Destination Efficiency (No. 06-097/3). Retrieved from

<http://hdl.handle.net/10419/86186>

Creswell, J. W. (2012). *Research design: Qualitative, Quantitative, and mixed methods*

approaches. Journal of investigative surgery: the official journal of the Academy of

Surgical Research (Vol. 25). <https://doi.org/10.3109/08941939.2012.723954>

Crouch, G. I. (1995). A meta-analysis of tourism demand. *Annals of Tourism Research*,

22(1), 103–118. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00054-V](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00054-V)

Crouch, G. I. (2007). Measuring tourism competitiveness: research, theory and the WEF

index. *ANZMAC Annual Conference*, 3–5.

Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137–152. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)

Cruz-García, L. E. M. (2014). Metodología de investigación científica. *Universidad Multitécnica Profesional*, 1–18. Retrieved from https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/metodologia_investigacion-cientifica_marcelo-saravia.pdf

Cucculelli, M., & Goffi, G. (2015). Does sustainability enhance tourism destination competitiveness? Evidence from Italian Destinations of Excellence. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.069>

Dain Bolwell, & Weinz, W. (2008). *Reducing poverty through tourism*.

Das, M., & Chatterjee, B. (2015). Ecotourism: A panacea or a predicament? *Tourism Management Perspectives*, 14, 3–16. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.01.002>

Diéguez Castrillón, M. I., Gueimonde Canto, A., Sinde Cantorna, A. I., & Blanco Cerradelo, L. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 5(2), 101–124. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3743052&info=resumen&idioma=SPA>

Dimoska, T., & Trimcev, B. (2012). Competitiveness Strategies for Supporting Economic Development of the Touristic Destination. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 44(local 123), 279–288. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.031>

Divisekera, S. (2003). A model of demand for international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 31–49. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00029-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00029-4)

Dolnicar, S., Lazarevski, K., & Yanamandram, V. (2013). Quality of life and tourism: A

- conceptual framework and novel segmentation base. *Journal of Business Research*, 66(6), 724–729. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.09.010>
- Drost, E. A. (2011). Validity and Reliability in Social Science Research. *Education Research and Perspectives*, 38(1), 105–123. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Ellen_Drost3/publication/261473819_Validity_and_Reliability_in_Social_Science_Research/links/5500abd50cf2aee14b56edb2/Validity-and-Reliability-in-Social-Science-Research.pdf
- Dunkerley, D. (2016). International Journal of Mathematical Education in The Measurement of Social Norms. *International Journal of Mathematical Education in Science and Technology*, (June), 291–296. <https://doi.org/10.1080/0020739700010307>
- Dupeyras, A., & Maccallum, N. (2013). Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism A GUIDANCE DOCUMENT. *OECD Tourism Papers*, 2013/02, 1–62. <https://doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>
- Durston, J. (2000). ¿Qué es el capital social comunitario?. *Serie Políticas Sociales*. 38., 44. Retrieved from <http://orton.catie.ac.cr/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=BIBLIOFA.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=000101>
- Dwyer, L. (2005). Relevance of Triple Bottom Line Reporting To Achievement of Sustainable Tourism: a Scoping Study. *Tourism Review International*, 9(61), 77–93. <https://doi.org/10.3727/154427205774791726>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003a). Destination Competitiveness: A Model and Determinants. *Current Issues in Tourism*, (6), 369–414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003b). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Ellis, J. E. (1988). Problems and Policies for Planetary Survival. *Ecological Society of America*, 69(4), 1308–1309. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/1941292>

- Enfield, R. P., & Nathaniel, K. C. (2013). Social capital: its constructs and survey development. *New Directions for Youth Development*, 2013(138), 9–30. <https://doi.org/10.1002/yd.20055>
- Enright, M. J. (2005). Determinants of Tourism Destination Competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and Universality. *Journal of Travel Research*, 43(4), 339–350. <https://doi.org/10.1177/0047287505274647>
- Enright, M. J., & Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: A quantitative approach. *Tourism Management*, 25(6), 777–788. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.008>
- Esen, S., & Uyar, H. (2012). Examining the Competitive Structure of Turkish Tourism Industry in Comparison with Diamond Model. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62, 620–627. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.104>
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista de la CEPAL. Revista de La CEPAL*. Retrieved from <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/12025/059039052.pdf?sequence=1>
- Eysteinnsson, F., & Gudlaugsson, T. (2011). The Competitiveness of a Tourist Destination : One Answer or two ? *Recent Advances in Retailing and Service Science*, 1–11.
- Fatimah, T. (2015). The Impacts of Rural Tourism Initiatives on Cultural Landscape Sustainability in Borobudur Area. *Procedia Environmental Sciences*, 28, 567–577. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2015.07.067>
- Faulkner, B., Oppermann, M., & Fredline, E. (1999). Destination competitiveness: An exploratory examination of South Australia's core attractions. *Journal of Vacation Marketing*, 5(2), 125–139. <https://doi.org/10.1177/135676679900500202>
- Feldman, T. R., & Assaf, S. (2001). *SOCIAL CAPITAL: CONCEPTUAL FRAMEWORKS*

AND EMPIRICAL EVIDENCE. Social Capital Initiative.

- Feurer R., & Chaharbaghi K. (1994). Defining Competitiveness: A Holistic Approach. *Management Decision*, 32(2), 49–58. Retrieved from <http://repository.binus.ac.id/content/F0542/F054214618.pdf>
- Flores, M., & Rello, F. (2003). Capital social: virtudes y limitaciones. *Libros de La CEPAL*, 24–26. Retrieved from [ftp://ftp.cgiar.org/cip/CIP-QUITO/Jorge Andrade/Literatura SAS-M/capital social/Capital social virtudes y limitaciones.pdf](ftp://ftp.cgiar.org/cip/CIP-QUITO/Jorge%20Andrade/Literatura%20SAS-M/capital%20social/Capital%20social%20virtudes%20y%20limitaciones.pdf)
- Fountain, J. E. (1998). Social capital: its relationship to innovation in science and technology. *Science and Public Policy*, 25(2), 103–115.
- Foxton, F., & Jones, R. (2011). Social Capital Indicators Review. *Ukons*, (September), 1–7.
- Fritz, M., & Koch, M. (2014). Potentials for prosperity without growth: Ecological sustainability, social inclusion and the quality of life in 38 countries. *Ecological Economics*, 108, 191–199. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2014.10.021>
- Fukuyama, F. (1995). Trust: The social virtues and the creation of prosperity. Retrieved from <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=iicacr.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=032843>
- Gard McGehee, N. (2002). Alternative tourism and social movements. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 124–143. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00027-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00027-5)
- Gasca-Zamora, J., López-Pardo, G., Palomino-Villavicencio, B., & Mathus-Alonso, M. (2010). *La gestión comunitaria de recursos naturales y ecoturísticos en la Sierra Norte de Oaxaca*.
- Geiser, C. (2013). *Data Analysis with Mplus*. The Guilford Press.
- Genç, R. (2014). Sustainable Strategies for Destination Management. *ACTA UNIVERSITATIS DANUBIUS*, 10(3), 91–101.

- Ghaderi, Z., & Henderson, J. C. (2012). Sustainable rural tourism in Iran: A perspective from Hawraman Village. *Tourism Management Perspectives*, 2–3, 47–54. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.03.001>
- Gilmore, A., Cook, C., Mentzer, J., & Duncan, R. (2008). THE DESIGN OF A METHODOLOGY TO DEVELOP COMPETITIVE RURAL TOURISM PRODUCTS AND THEIR IMPLEMENTATION IN THE MUNICIPALITIES OF COLIMA AND, 138–145.
- Glaeser, E., Laibson, D., Scheinkman, J. A., & Soutter, C. L. (1999). *WHAT IS SOCIAL CAPITAL? THE DETERMINANTS OF TRUST AND TRUSTWORTHINESS. NBER WORKING PAPER SERIES* (Vol. 7216).
- Glass, J. J. (1979). Citizen Participation in Planning: The Relationship Between Objectives and Techniques. *Journal of the American Planning Association*, 45(2), 180–189. <https://doi.org/10.1080/01944367908976956>
- Goldstone, P. (2003). Turismo: más allá del ocio y del negocio. Retrieved from [https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=IFWdQufE148C&oi=fnd&pg=PA11&dq=Turismo:+más+allá+del+ocio+y+del+negocio+\(Vol.+18008\)&ots=P150-OMH7Q&sig=zB1UBCQBAX-F9me9hDcbzwoAq3g](https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=IFWdQufE148C&oi=fnd&pg=PA11&dq=Turismo:+más+allá+del+ocio+y+del+negocio+(Vol.+18008)&ots=P150-OMH7Q&sig=zB1UBCQBAX-F9me9hDcbzwoAq3g)
- González-Damian, A. (2009). El turismo desde un enfoque de sociología constructivista. *Teoría y Praxis*, 6, 107–122.
- González-Damian, A. (2010). El turismo en la sociología contemporánea, una aproximación. *Anuario Turismo y Sociedad*, xi, 119–142.
- González, M. de la O. B., & Ruiz, D. F. (2006). La Competitividad Internacional De Los Destinos Turísticos: Del Enfoque Macroeconómico Al Enfoque Estratégico. *Cuadernos de Turismo*, (17), 7–24.
- Goodwin, H. (2011). Tourism and Poverty Reduction: Pathways to Prosperity. *Tourism Management*, 32(5), 1236. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.06.018>

- Grajales, T. (2000). Tipos de Investigacion. *Revista de Educación on Line*, 4. <https://doi.org/10.1590/S0124-00642009000200014>
- Griffiths, R., Horsfall, J., Moore, M., Lane, D., Kroon, V., & Langdon, R. (2009). Building social capital with women in a socially disadvantaged community. *International Journal of Nursing Practice*, 15(3), 172–184. <https://doi.org/10.1111/j.1440-172X.2009.01742.x>
- Hair, J. F., Hult, T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A PRIMER ON PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM)*. Sage Publications Sage CA: Thousand Oaks, CA.
- Hanibuchi, T., & Nakaya, T. (2013). Contextual determinants of community social capital. In *Global Perspectives on Social Capital and Health* (pp. 123–142). New York, NY: Springer New York. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-7464-7_5
- Hanifan, L. (1916). The rural school community center. *Of the American Academy of Political and Social ...* Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/000271621606700118>
- Hashim, R., Latif, Z. A., Merican, F. M., & Zamhury, N. (2015). The Praxis of Langkawi's Sustainable Regeneration Strategy through Eco-tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 170, 49–57. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.014>
- Hassan, S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(February 2000), 239–245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>
- Hatipoglu, B., Alvarez, M. D., & Ertuna, B. (2014). Barriers to stakeholder involvement in the planning of sustainable tourism: the case of the Thrace region in Turkey. *Journal of Cleaner Production*, 111, 306–317. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.11.059>
- Hatzichronoglou, T. (1996). Globalisation and competitiveness. Retrieved from <http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/globalisation-and->

competitiveness_885511061376

- Hauglan, S. A., Ness, H., Gronseth, B.-O., & Aarstad, J. (2010). DEVELOPMENT OF TOURISM DESTINATIONS An Integrated Multilevel Perspective. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 268–290. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.08.008>
- Haven-Tang, C., & Jones, E. (2012). Local leadership for rural tourism development: A case study of Adventa, Monmouthshire, UK. *Tourism Management Perspectives*, 4, 28–35. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.04.006>
- Heath, E. (2003). Towards a model to enhance destination competitiveness: a Southern African perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 10(2), 124–141.
- Hernández, J. M., Suárez-Vega, R., & Santana-Jiménez, Y. (2016). The inter-relationship between rural and mass tourism: The case of Catalonia, Spain. *Tourism Management*, 54, 43–57. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.015>
- Herreros, F. (2004). *The Problem of Forming Social Capital*. (B. Rothstein & S. Steinmo, Eds.) (Political). New York: Palgrave Macmillan US. <https://doi.org/10.1057/9781403978806>
- Holden, A., Sonne, J., & Novelli, M. (2011). Tourism and Poverty Reduction: An Interpretation by the Poor of Elmina, Ghana. *Tourism Planning & Development*, 8(3), 317–334. <https://doi.org/10.1080/21568316.2011.591160>
- Hong, W.-C. (2008). *Competitiveness in the Tourism Sector*. *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hong, W.-C. (2009). Global competitiveness measurement for the tourism sector. *Current Issues in Tourism*, 12(2), 105–132. <https://doi.org/10.1080/13683500802596359>
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. (2008). Structural equation modeling: guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53–60. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.12.1.58>

- Hospers, G.-J., & Lochem, M. Van. (2002). Social capital and prosperity. Searching for a missing link. *New Economy*, 52–56. <https://doi.org/1070-3535/02/01052+>
- Hox, J. ., & Becher, T. . (2009). An Introduction to Structural Equation Modeling. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*. <https://doi.org/10.1080/10705510903008345>
- Hox, J. J. (2010). *Multilevel Analysis. Techniques and Applications* (Second edi). New York, NY: Routledge. Retrieved from <http://www.google.com.tr/books?id=dqNku94w1dIC>
- Hueso, A., & Cascant, M. J. (2012). *La investigación cuantitativa. Metodología y Técnicas Cuantitativas de Investigación. Cuadernos docentes en procesos de desarrollo*. Retrieved from https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodología_y_técnicas_cuantitativas_de_investigación_6060.pdf?sequence=3
- Huybers, T., & Bennett, J. (2003). Environmental management and the competitiveness of nature-based tourism destinations. *Environmental & Resource Economics*, 24(3), 213–233. <https://doi.org/Doi 10.1023/A:1022942001100>
- 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>
- Ibañez, R., & Rodríguez, I. (2012). Tipologías y Antecedentes de la Actividad Turística: Turismo Tradicional y Turismo Alternativo. *Medio Ambiente y Política Turística. Tomo 1: Ecología, Biodiversidad y Desarrollo Turístico*, 17–33.
- Imali, F., & Long, W. (2012). New Conceptual Model on Cluster Competitiveness: A New Paradigm for Tourism? *International Journal of Business and Management*, 7 (9), 75–84. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n9p75>
- In'nami, Y., & Koizumi, R. (2013). Review of Sample Size for Structural Equation Models in Second Language Testing and Learning Research: A Monte Carlo Approach. *International Journal of Testing*, 13(4), 329–353. <https://doi.org/10.1080/15305058.2013.806925>

- Ingelmo, I. A. (2013). Design and Development of a Sustainable Tourism Indicator based on Human Activities Analysis in Inle Lake, Myanmar. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 103, 262–272. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.334>
- Ivanov, S., & Webster, C. (2013). Globalisation As a Driver of Destination Competitiveness. *Annals of Tourism Research*, 43(November), 628–633. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.07.010>
- Jeon, M. M., Kang, M. M., & Desmarais, E. (2016). Residents' Perceived Quality Of Life in a Cultural-Heritage Tourism Destination. *Applied Research in Quality of Life*, 11(1), 105–123. <https://doi.org/10.1007/s11482-014-9357-8>
- Jiuxia, S., & Xi, Z. (2014). Interactions between economic and social capitals of tourist communities: A case study of Dai Park in Xishuangbanna. *Anthropologist*, 18(3), 1029–1039.
- Job, H., & Paesler, F. (2013). Links between nature-based tourism, protected areas, poverty alleviation and crises—The example of Wasini Island (Kenya). *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 1–2, 18–28. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2013.04.004>
- Jolliffe, L. (2009). Pro-poor Tourism: Who Benefits? Perspectives on Tourism and Poverty Reduction, Michael C. Hall (Eds.). Channel View Publications, Clevedon, (2007), ISBN: 1-84541-075-0. *Tourism Management*. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.007>
- Joppe, M. (1996). Sustainable community tourism development revisited. *Tourism Management*, 17(7), 475–479. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00065-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00065-9)
- Kandori, M. (1992). Social Norms and Community Enforcement. *The Review of Economic Studies*, 59(1), 63. <https://doi.org/10.2307/2297925>
- Kayar, Ç. H., & Kozak, N. (2010). Measuring Destination Competitiveness: An Application of the Travel and Tourism Competitiveness Index (2007). *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(3), 203–216.

<https://doi.org/10.1080/19368621003591319>

Kevin, K. E. (2017). Introduction In: Using Mplus for Structural Equation Modeling: A Researcher's Guide, 236. <https://doi.org/10.4135/9781483381664>

Khizindar, T. M. (2012). Effects of Tourism on Residents' Quality of Life in Saudi Arabia: An Empirical Study. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 21(6), 617–637. <https://doi.org/10.1080/19368623.2012.627226>

Kim, J. H. (2014). The antecedents of memorable tourism experiences: The development of a scale to measure the destination attributes associated with memorable experiences. *Tourism Management*, 44(October), 34–45. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.02.007>

Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36, 527–540. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.005>

Kline, R. (2011). Principles and practice of structural equation modeling 3 rd ed. Retrieved from

https://scholar.google.com.mx/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Kline%2C+Rex.+%282011%29.+Principles+and+Practice+of+Structural+Equation+Modeling+%283a+ed.+%29.+New+York%3A+The+Guilford+Press.&btnG=

Knack, S., & Keefer, P. (1995). Institutions and Economic Performance: Corss Country Tests Using Alternative Institutional Measures. *Economics and Politics*, 7(3), 207–227. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-0343.1995.tb00111.x/full>

Korstanaje, M. (2008). Epistemología de la Palabra para las Ciencias del Turismo. *Nomadas, Revista Crítica de Ciencias Sociales y Juridicas*, 19, 19. Retrieved from <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/19/maximilianokorstanaje.pdf>

Kozak, M., Baloğlu, Ş., & Bahar, O. (2009). Measuring Destination Competitiveness:

- Multiple Destinations Versus Multiple Nationalities. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(1), 56–71. <https://doi.org/10.1080/19368620903327733>
- Kozak, M., & Rimmington, M. (1999). Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings. *International Journal of Hospitality Management*, 18(3), 273–283. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(99\)00034-1](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(99)00034-1)
- Krešić, D. (2007). Tourism destination attractiveness factors in the function of competitiveness. *Acta Turistica*. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authType=crawler&jrnl=03534316&AN=26227732&h=wRd6IRwmupVIw2%2BxSaPTm4MpTRyNEru81bcPLOyTuOJeG66c6R90VeoIFnDyLe1GWsaQm67gCBtvvIdybJP1iw%3D%3D&crl=c>
- Krugman, P. (1996). Making sense of the competitiveness debate. *Oxford Review of Economic Policy*. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/23606438>
- Kuan, H., & Bock, G. (2005). The collective reality of trust: An investigation of social relations and networks on trust in multi-channel retailers. *ECIS 2005 Proceedings*. Retrieved from <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1018&context=ecis2005>
- Kunst, I. (2009). TOURIST DESTINATION COMPETITIVENESS ASSESSMENT- APPROACH AND LIMITATIONS. *Acta Turistica*, 21(2), 129–159. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/23729852>
- Lai, S. (2009). A Competitiveness Analysis of the Convention Tourism of China ' s Macao Special Administrative Region, 600–605.
- Lall, S. (2001). Competitiveness indices and developing countries: An economic evaluation of the global competitiveness report. *World Development*, 29(9), 1501–1525. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(01\)00051-1](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(01)00051-1)
- Liburd, J., Benckendorff, P., & Carlsen, J. (2012). Tourism and Quality-of-Life: How Does

- Tourism Measure Up? In *In Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research* (pp. 105–132). https://doi.org/10.1007/978-94-007-2288-0_7
- Liu, C.-H. S., Horng, J.-S., & Chou, S.-F. (2015). A critical evaluation of sustainable tourism from the integrated perspective: Conducting moderated–mediation analysis. *Tourism Management Perspectives*, *16*, 43–50. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.05.008>
- Lloret, S., Ferreres, A., Hernández, A., & Tomás, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: una guía práctica, revisada y actualizada Introducción El Análisis Factorial exploratorio (AFE) de ítems es una de. *Anales de Psicología*, *30*(3), 1151–1169. <https://doi.org/10.6018/analesps.30.3.199361>
- López, R. (2006). El capital social comunitario como un componente del desarrollo rural salvadoreño . El caso de la comunidad “ Nueva Esperanza ”, en el Bajo Lempa de Usulután. *Revista Centroamericana de Ciencias Sociales*, *III*(1), 173–198.
- López-Lemus, J. A. & Zavala-Berbena, M. A. (2019). Validación del inventario de habilidades políticas de Ferris mediante análisis factorial de segundo orden. En D. Vargas (Ed.), *Aspectos metodológicos para la investigación social: Modelos de ecuaciones estructurales* (153-175). Ciudad de México, México: Editorial Universidad Autónoma de México. ISBN: 978-607-30-1772-5.
- M. M. Sadruddin'. (2011). Promotion Strategies to Alleviate Poverty through Tourism Development in Sindh. *Journal of Managerial Sciences*, *5*(2), 179–193. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authType=crawler&jrnl=19924364&AN=70459316&h=Bs/+Dm5/kolGpzWPgR566Ppnn4+9ozRWEFUbHdIOPbwlyQj4twMxEkOBTRg44xSWA96Ym4j7NH4RqrGo5N2kiQ==&crl=c>
- Macbeth, J., Carson, D., & Northcote, J. (2004). Social Capital, Tourism and Regional Development: SPCC as a Basis for Innovation and Sustainability. *Current Issues in Tourism*, *7*(6), 502–523. <https://doi.org/10.1080/1368350050408668200>
- Maldonado, C. (2005). *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo*

comunitario.

Retrieved

from

http://campesinoacampesino.com/biblioteca/ECOBONA_0267.pdf

Manente, M. (2009). Destination Management and Economic Background: Defining and Monitoring Local Tourist Destinations. *Enzo Paci Papers*, 6, 363–384.

Marrocu, E., & Paci, R. (2013). Different tourists to different destinations. Evidence from spatial interaction models. *Tourism Management*, 39, 71–83. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.009>

Mart, C. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas Profesión*, 5(17), 23–29. Retrieved from http://www.enferpro.com/documentos/validacion_cuestionarios.pdf

Martínez-Arias, R. (1995). Psicometría: Teoría de los tests psicológicos y educativos. *Síntesis*.

Marzo-Navarro, M., Pedraja-Iglesias, M., & Vinzón, L. (2015). Sustainability indicators of rural tourism from the perspective of the residents. *Tourism Geographies*, 17(4), 586–602. <https://doi.org/10.1080/14616688.2015.1062909>

Mathouraparsad, S., & Maurin, A. (2017). Measuring the Multiplier Effects of Tourism industry to the Economy. *Advances in Management & Applied Economics*, 7(2), 123–157. Retrieved from [http://www.scienpress.com/Upload/AMAE%2FVol 7_2_7.pdf](http://www.scienpress.com/Upload/AMAE%2FVol%207_2_7.pdf)

Mazanec, J. a., Wober, K., & Zins, a. H. (2007). Tourism Destination Competitiveness: From Definition to Explanation? *Journal of Travel Research*, 46(1), 86–95. <https://doi.org/10.1177/0047287507302389>

Mazaro, Rosana Mara; Varzin, G. (2014). Modelos de Competitividad para Destinos Turísticos en el Marco de la Sostenibilidad. *Revista de Administração Contemporânea*, (June), 14–17. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/17506200710779521>

McKercher, B. (1999). A chaos approach to tourism. *Tourism Management*, 20(4), 425–434. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00008-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00008-4)

Melián-González, A., & Garcí-Falcón, J. M. (2003). Competitive potential of tourism in
203

- destinations. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 720–740.
[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00047-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00047-1)
- Meng, F. (2006). An Examination of Destination Competitiveness from the Tourists' Perspective: The Relationship between Quality of Tourism Experience and Perceived Destination Competitiveness. *IOSR Journal of Business and Management Ver. I*, 2(3), 25–30. Retrieved from <http://theses.lib.vt.edu/theses/available/etd-01022007-090556/>
- Mensah, E. A., & Amuquandoh, F. E. (2010). Poverty Reduction Through Tourism: Residents' Perspectives. *Journal of Travel and Tourism Research*, 2015, 77–96. Retrieved from <http://medcontent.metapress.com/index/A65RM03P4874243N.pdf>
- Meuleman, B., & Billiet, J. (2009). A Monte Carlo sample size study: How many countries are needed for accurate multilevel SEM? *Survey Research Methods* (Vol. 3). Retrieved from <http://www.surveymethods.org>
- Mihalic, T. (2013). Performance of Environmental Resources of a Tourist Destination: Concept and Application. *Journal of Travel Research*, 52(5), 614–630.
<https://doi.org/10.1177/0047287513478505>
- Mihalič, T. (2000). Environmental management of a tourist destination. *Tourism Management*, 21(April), 65–78. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00096-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00096-5)
- Millan, R., & Gordon, S. (2004). Capital social: una lectura de tres perspectivas clásicas. *Revista Mexicana de Sociología*, 66(4), 711–747. <https://doi.org/10.2307/3541414>
- Mintchev, N., & Moore, H. (2017). Community and prosperity beyond social capital: The case of Newham, East London. *Critical Social Policy*, 37(4), 562–581.
<https://doi.org/10.1177/0261018316683461>
- Mistilis, N., & Daniele, R. (2005). Challenges for competitive strategy in public and private sector partnerships in electronic national tourist destination marketing systems. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. Retrieved from http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J073v17n04_06

- Montaño Armendáriz, A., Pérez Concha, J. C., & De la O Burrola, V. (n.d.). Crisis económica internacional y turismo en México: impacto y alternativas para los destinos turísticos de playa., 1–26.
- Muthén, L. K., & Muthén, B. O. (2002). Structural Equation Modeling : A How to Use a Monte Carlo Study to Decide on Sample Size and Determine Power. *Structural Equation Modeling*, 9(4), 599–620. <https://doi.org/10.1207/S15328007SEM0904>
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*. Retrieved from <http://amr.aom.org/content/23/2/242.short>
- Narayan, D., & Cassidy, M. F. (2014). A Dimensional Approach to Measuring Social Capital: Development and Validation of a Social Capital Inventory, (January). <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2013.08.001>
- Navickas, V., & Malakauskaite, A. (2009). The Possibilities for the Identification and Evaluation of Tourism Sector Competitiveness Factors. *Turizmo Sektoriaus Konkurencingumo Veiksnuiogonek Identifikavimo Ir Vertinimo Galimybės*, 1(1), 37–44. Retrieved from <http://www.ktu.lt/lt/mokslas/zurnalai/inzeko/61/1392-2758-2009-1-61-37.pdf>
- Ndivo, R. M., & Cantoni, L. (2015). Rethinking local community involvement in tourism development. *Annals of Tourism Research*, 57, 275–278. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.11.014>
- Newall, J. (1992). The challenge of competitiveness. *Business Quarterly*. Retrieved from http://thomasdaquino.ca/assets/OCT_30_91_ENG_Speech_The_Challenge_of_Competitiveness.pdf
- Njoroge, J. M. (2014). An enhanced framework for regional tourism sustainable adaptation to climate change. *Tourism Management Perspectives*, 12, 23–30. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.06.002>

- Northrop, E. (2014). Prosperity Without Growth: Economics for a Finite Planet. *Eastern Economic Journal*, 40(3), 440–442. <https://doi.org/10.1057/ej.2013.22>
- Nunkoo, R. (2015). Tourism development and trust in local government. *Tourism Management*, 46, 623–634. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.016>
- Nyaupane, G. P., Morais, D. B., & Dowler, L. (2006). The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China. *Tourism Management*, 27(6), 1373–1385. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.013>
- Ocampo, J. (2003). *Capital social y agenda del desarrollo. Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. Retrieved from <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/2324>
- Okazaki, E. (2008). A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511. <https://doi.org/10.2167/jost782.0>
- Onyx, J., & Bullen, P. (2000). Measuring social capital in five communities. *The Journal of Applied Behavioral Science*. Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0021886300361002>
- Osmankovic, J., Kenjic, V., & Zrnic, R. (2010). Destination Management: Consensus for Competitiveness. *Tourism & Hospitality Management 2010*, 513–526. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=53067110&site=ehost-live>
- Osorio García, M. (2005). Hacia la construcción del objeto de estudio del turismo desde una perspectiva materialista crítica, 3, 41–61. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2005.03.002>
- Ostrom, Elinor. (1990). Governing the commons: The evolution of institutions for collective action. *Land Economics*. <https://doi.org/10.2307/133271>
- Ostrom, Elinor. (2014). Collective action and the evolution of social norms. *Journal of Natural Resources Policy Research*, 6(812), 235–252.

<https://doi.org/10.1257/jep.14.3.137>

- Ostrom, Elionor, & Ahn, T. K. (2003). Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva. *Revista Mexicana de Sociología, Año 65*(1 (enero-marzo 2003)), 155–233.
- Oviedo, H. C., & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría., 34*(4), 572–580. <https://doi.org/572-580>
- Özer, K. O., Latif, H., Sarıışık, M., & Ergün, Ö. (2012). International Competitive Advantage of Turkish Tourism Industry: A Comparative Analyse of Turkey and Spain By Using The Diamond Model of M. Porter. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 58*, 1064–1076. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1087>
- 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>
- Paxton, P. (2001). Monte Carlo Experiments: Design and Implementation Varieties of Democracy View project Air quality View project. https://doi.org/10.1207/S15328007SEM0802_7
- Pearce, D. (2016). MODELOS DE GESTIÓN DE DESTINOS Síntesis y evaluación. *Estudios y Perspectivas En Turismo, 25*, 1–16. Retrieved from <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V25/N01/v25n1a01.pdf>
- Pearce, D. G. (2015). Destination management in New Zealand: Structures and functions. *Journal of Destination Marketing & Management, 4*(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2014.12.001>
- Pérez-Juste, R. (2012). *Estadística aplicada a las Ciencias Sociales* (UNED). Madrid, España: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Pérez, E. R., & Medrano, L. (2010). Análisis Factorial Exploratorio: Bases Conceptuales y Metodológicas. *Revista Argentina de Ciencias Del Comportamiento (RACC), 2*(1889),

- Pernecky, T., & Jamal, T. (2010). (Hermeneutic) Phenomenology in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 1055–1075. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2010.04.002>
- Petrosillo, I., Costanza, R., Aretano, R., Zaccarelli, N., & Zurlini, G. (2013). The use of subjective indicators to assess how natural and social capital support residents' quality of life in a small volcanic island. *Ecological Indicators*, 24, 609–620. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2012.08.021>
- Petrović-Randelović, M., & Miletić, D. (2012). (No) Competitiveness and Sustainable Development of Serbian Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 44, 78–87. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.007>
- Poon, A. (1993). Tourism, technology and competitive strategies. Retrieved from <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19931857161>
- Porter, M. (2000). Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy. *Economic Development Quarterly*. Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/089124240001400105>
- Porter, Michael E, & Linde, C. van der. (1995). Toward a New Conception of the Environment-Competitiveness Relationship. *Journal of Economic Perspectives*, 9(4), 97–118. <https://doi.org/10.1257/jep.9.4.97>
- Porter, Michel E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations* (First Free). New York: Free Press.
- Prabhakaran, S., Nair, V., & Ramachandran, S. (2014). Community Participation in Rural Tourism: Towards a Conceptual Framework. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, 290–295. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.298>
- Putnam, R. (1993). The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *The American Prospect*, 13(13), 35–42. Retrieved from

<http://www.citeulike.org/group/1702/article/1032759>

- Rahmawati, D., Supriharjo, R., Setiawan, R. P., & Pradinie, K. (2014). Community Participation in Heritage Tourism for Gresik Resilience. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 135, 142–146. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.338>
- Rajaratnam, S. D., Munikrishnan, U. T., Sharif, S. P., & Nair, V. (2014). Service Quality and Previous Experience as a Moderator in Determining Tourists' Satisfaction with Rural Tourism Destinations in Malaysia: A Partial Least Squares Approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, 203–211. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.288>
- Ramales, M. C., & Portillo, S. (2010). Una experiencia de desarrollo local: Ixtlán de Juárez, Oaxaca, en la búsqueda del desarrollo interal sostenible y sustentable. *DELOS Desarrollo Local Sostenible*, 3, 1–14. Retrieved from www.eumed.net/rev/delos/07
- Ramos, J. L., & Ibarra, J. P. (2017). Social Prosperity Perception in Cultural Tourism Destinations: the Case of Peña de Bernal, Huejotzingo and Yuanhuatlán, México. *Path of Science*, 3(4), 7.1-7.9. <https://doi.org/10.22178/pos.21-8>
- Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., & Ramayah, T. (2017). Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. *Tourism Management*, 60, 147–158. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.019>
- Razzaq, A. R. A., Mohamad, N. H., A.Kader, S. S. S., Mustafad, M. Z., (Dr), M. Y. A. H., Hamzah(Dr), A., & Khalifah(Dr), Z. (2013). Developing Human Capital for Rural Community Tourism: Using Experiential Learning Approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 93, 1835–1839. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.126>
- Reidl-Martínez, L. M. (2013). Confiabilidad en la medición. *Investigación En Educación Médica*, 2(6), 107–111. Retrieved from https://ac.els-cdn.com/S2007505713726954/1-s2.0-S2007505713726954-main.pdf?_tid=8922e199-b46e-4887-bd4a-7d927dde8b43&acdnat=1526511241_02c7a02b9ea90c3a1ec5ad4d639bdcb8

- Republica, P. de la. (2015). 3er Informe de Gobierno. <https://doi.org/978-607-9408-15-2>
- Rigdon, E. (2016). CFI versus RMSEA : A comparison of two fit indexes for structural equation modeling, (February). <https://doi.org/10.1080/10705519609540052>
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003a). A Sustainable Tourism Perspective.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003b). *The Competitive Destination: a Sustainable Tourism Perspective*. Cambridge: CABI Publishing.
- Rodríguez-Modroño, P., & Román del Río, C. (2005). El capital social como factor de competitividad y desarrollo empresarial. *Ekonomiaz*, 59(2), 214–231.
- Rodríguez-Pose, A., & Hardy, D. (2015). Addressing poverty and inequality in the rural economy from a global perspective. *Applied Geography*, 61, 11–23. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2015.02.005>
- Rousseau, D., Sitkin, S., & Burt, R. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of Management*. Retrieved from <http://amr.aom.org/content/23/3/393.short>
- Ruhanen, L. (2007). Destination Competitiveness: Meeting Sustainability Objectives Through Strategic Planning and Visioning. *Advances in Modern Tourism Research*, 133–151. https://doi.org/10.1007/978-3-7908-1718-8_7
- Ruiz, M. A., Pardo, A., & Martín, R. S. (2010). *Modelos de Ecuaciones Estructurales* (Sección Monográfica). *Papeles del Psicólogo* (Vol. 3). Madrid, España. Retrieved from <http://www.cop.es/papeles>
- Russell, M. J., & MacLean, V. L. (2008). Management issues in a Tasmanian tourist cave: Potential microclimatic impacts of cave modifications. *Journal of Environmental Management*, 87(3), 474–483. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2007.01.012>
- Sáinz, J. P. P. (1996). Economía comunitaria y capital social . La cara oculta de la globalización en Centroamérica. *Estudios Sociológicos*, 14(41), 453–472.

- Salkind, N. J. (2010). Factor Loadings. *Encyclopedia of Research Design*, 181–186. <https://doi.org/10.4135/9781412961288>
- Sanchez, M., & Fajardo, M. (2008). La Competitividad De Los Destinos Turísticos: Un Análisis Cuantitativo Mediante Modelos Logísticos. Aplicación a Los Municipios Extremeños, 21. Retrieved from [http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia del turismo/mercados turisticos/competitividad de los destinos turisticos.pdf](http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/mercados%20turisticos/competitividad%20de%20los%20destinos%20turisticos.pdf)
- Sancho, A., Garcia, G., & Rozo, E. (2007). Comparativa de Indicadores de Sostenibilidad para Destinos Desarrollados, en Desarrollo y con Poblaciones Vulnerables. *Annals of Tourism Research*, 9(1), 150–177. Retrieved from [http://www.uv.es/~sancho/sostenibilidad destinos poblaciones vulnerables.pdf](http://www.uv.es/~sancho/sostenibilidad_destinos_poblaciones_vulnerables.pdf)
- Sarmiento del Valle, S. (2008). Competitividad regional. *Dimens. Empres*, 6(1), 19–37.
- Schumm, W. R., & Stevens, J. (2006). Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences. *The American Statistician*, 47(2), 155. <https://doi.org/10.2307/2685203>
- Scott, B., & Lodge, G. (1985). US competitiveness in the world economy. *Thunderbird International Business*. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/tie.5060270112/full>
- Sherchan, W., Nepal, S., & Paris, C. (2013). A Survey of Trust in Social Networks. *ACM Computing Surveys*, 45(4), 47–47:33. <https://doi.org/10.1145/2501654.2501661>
- Sirgy, M. J., & Woo, E. (2015). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, (August). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.013>
- Snieška, V., & Bruneckiene, J. (2009). Measurement of Lithuanian regions by regional competitiveness index. *Engineering Economics*, 1(61), 45–57. Retrieved from <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-70349119917&partnerID=40&md5=3f0a9e5c4da8dda58f570e3d89183fd4>
- Stange, J., & Brown, D. (2005). TOURISM DESTINATION MANAGEMENT: ACHIEVING SUSTAINABLE AND COMPETITIVE RESULTS.

- Stanickova, M. (2015). Classifying the EU Competitiveness Factors Using Multivariate Statistical Methods. *Procedia Economics and Finance*, 23, 313–320. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00508-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00508-0)
- Tinoco, G. (2003). Los impactos del turismo en el Perú. *Industrial Data*. Retrieved from <http://www.redalyc.org/html/816/81606106/>
- Tolkach, D., & King, B. (2015). Strengthening Community-Base Tourism in a new resource-base island nation: Why and how? *Tourism Management*, 15, 386–398. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.12.013>
- Tönnies, F. (2001). *Community and Civil Society Ferdinand*. (J. H. M. Harris, Ed.) (Cambridge). Cambridge: Cambridge University.
- Tregear, A., & Cooper, S. (2016). Embeddedness, social capital and learning in rural areas: The case of producer cooperatives. *Journal of Rural Studies*, 44, 101–110. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2016.01.011>
- UNESCO. (2009). Sustainable Tourism Development in UNESCO Designated Sites in South-Eastern Europe. *Unesco*, 1–43. Retrieved from www.oete.de
- UNWTO. (2015). *Panorama del turismo internacional. Edición 2015*. <https://doi.org/10.18111/9789284416875>
- UNWTO. (2016). *THE TOURISM SECTOR AND THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS Responsible tourism, a global commitment*. Retrieved from http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/turismo_responsable_omt_acc.pdf
- UNWTO. (2017). *Panorama del turismo internacional. Edición 2017*. <https://doi.org/10.18111/9789284419043>
- Uysal, M., Perdue, R., & Sirgy, M. (2012). *Handbook of tourism and quality-of-life research: enhancing the lives of tourists and residents of host communities. Zhurnal Eksperimental'noi i Teoreticheskoi Fiziki*. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-2288-0>
- Uysal, Muzaffer, Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. (Lina). (2015). Quality of life (QOL) and

- well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244–261. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.013>
- Vajčnerová, I., Žiaran, P., Ryglová, K., & Andráško, I. (2014). Quality Management of the Tourist Destination in the Context of Visitors' Satisfaction. *Procedia Economics and Finance*, 12, 718–724. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00398-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00398-0)
- Valenzuela Valdivieso, E., & Coll-Hurtado, A. (2009). La construcción y evolución del espacio turístico de Acapulco (México) 1. Retrieved from <http://revistas.ucm.es/index.php/AGUC/article/viewFile/AGUC1010120163A/30749>
- Vengesayi, S. (2003). a Conceptual Model of Tourism Destination Competitiveness and Attractiveness. *Conceptual Papers / Marketing Theory Track*, (December), 637–647.
- Vodeb, K. (2012). Competitiveness of Frontier Regions and Tourism Destination Management. *Managing Global Transitions*, 10, 51–68. Retrieved from http://ideas.repec.org/a/mgt/youmgt/v10y2012i1p051-068.html#refs%5Cnhttp://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1581-6311/10_051-068.pdf%5Cnhttp://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1581-6311/10_115-117.pdf
- Webster, C., & Ivanov, S. (2014). Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations? *Tourism Management*, 40, 137–140. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.06.003>
- Weston, R., & Gore, P. A. (2006). A Brief Guide to Structural Equation Modeling. *The Counseling Psychologist*, 34(5), 719–751. <https://doi.org/10.1177/0011000006286345>
- Williams, C. (2007). Research Methods. *Journal of Business & Economic Research*, 5(3), 65–72.
- Wondowossen, T. A., Nakagoshi, N., Yukio, Y., Jongman, R. H. G., & Dawit, A. Z. (2014). Competitiveness as an indicator of sustainable development of tourism: applying destination competitiveness indicators to Ethiopia. *Journal of Sustainable Development Studies*, 6(1), 71–95.

- Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015a). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84–97. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.001>
- Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015b). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84–97. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.001>
- Woo, E., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2018). Tourism Impact and Stakeholders' Quality of Life. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(2), 260–286. <https://doi.org/10.1177/1096348016654971>
- Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social Capital: Implications for Development Theory, and Policy. *World Bank Research Observer*, 15, No. 2(August), 225–249. <https://doi.org/10.1093/wbro/15.2.225>
- Worthington, R. L., & Whittaker, T. A. (2006). Scale Development Research: A Content Analysis and Recommendations for Best Practices. *The Counseling Psychologist*, 34(6), 806–838. <https://doi.org/10.1177/0011000006288127>
- WTTC. (2016). *TRAVEL & TOURISM. WORLD ECONOMIC IMPACT 2016*. Retrieved from <https://sp.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2016/world2016.pdf>
- Wu, W.-W., Lan, L. W., & Lee, Y.-T. (2012). Critiquing the World Economic Forum's concept of destination competitiveness: A further analysis. *Tourism Management Perspectives*, 4, 198–206. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.08.008>
- Yap, J. T. (2004). A Note on the Competitiveness Debate. *Philippine Journal of Development*, 31(1), 1–23. Retrieved from http://search.proquest.com/docview/205853549?accountid=17193%5Cnhttp://sfx.brad.ac.uk/sfx_local?url_ver=Z39.88-2004&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=article&sid=ProQ:ProQ%3Aa%3Aa%3Abiglobal&atitle=A+Note+on+the+Competitiveness+Debate&title=Philippi

- Yasarata, M., Altinay, L., Burns, P., & Okumus, F. (2010). Politics and sustainable tourism development – Can they co-exist? Voices from North Cyprus. *Tourism Management*, 31(3), 345–356. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.016>
- Zacks, S. (1992). *Introduction to Reliability Analysis. Performance Evaluation* (Vol. 64). New York, NY: Springer New York. <https://doi.org/10.1007/978-1-4612-2854-7>
- Zahra, A., & McGehee, N. G. (2013). VOLUNTEER TOURISM: A HOST COMMUNITY CAPITAL PERSPECTIVE. *Annals of Tourism Research*, 42, 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.01.008>
- Zhang, J., & Jensen, C. (2007). COMPARATIVE ADVANTAGE Explaining Tourism Flows, 34(1), 223–243. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.08.004>
- Zhou, Y., Maumbe, K., Deng, J., & Selin, S. W. (2015). Resource-based destination competitiveness evaluation using a hybrid analytic hierarchy process (AHP): The case study of West Virginia. *Tourism Management Perspectives*, 15, 72–80. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.03.007>

ANEXOS

Anexo I

Estadísticas descriptivas de la variable Capital Social Comunitario

Variable	N	Media	Desv. Est.	Min	Max
CONFIANZA					
CONF1	102	7.97	1.64	1	10
CONF2	103	8.06	1.77	1	10
CONF3	103	7.31	2.01	1	10
CONF4	102	6.93	2.13	1	10
CONF5	101	7.01	1.83	1	10
CONF6	103	8.41	1.43	1	10
CONF7	101	6.66	1.87	1	10
CONF8	101	7.40	1.93	1	10
CONF9	98	7.45	1.81	1	10
NORMAS					
NRMS10	103	8.62	1.54	1	10
NRMS11	103	8.72	1.30	1	10
NRMS12	103	8.26	1.47	1	10
NRMS13	103	8.32	1.33	1	10
NRMS14	102	8.72	1.31	1	10
NRMS15	102	7.64	1.90	1	10
NRMS16	102	8.33	1.51	1	10
REDES SOCIALES					
RDES17	103	7.00	2.37	1	10
RDES18	102	6.50	2.53	1	10
RDES19	101	7.73	1.94	1	10

RDES20	103	7.21	2.57	1	10
RDES21	101	6.73	2.70	1	10
RDES22	101	6.59	2.67	1	10
RDES23	99	6.74	2.54	1	10
RDES24	102	5.55	3.15	1	10
RDES25	101	6.08	2.65	1	10
RDES26	102	6.82	2.24	1	10
RDES27	102	7.55	1.93	1	10

PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

PCOM28	102	8.10	2.12	1	10
PCOM29	103	7.27	2.30	1	10
PCOM30	102	7.80	1.90	1	10
PCOM31	103	8.05	1.90	1	10
PCOM32	103	8.20	2.06	1	10
PCOM33	103	7.45	2.31	1	10
PCOM34	103	8.86	1.69	1	10
PCOM35	103	7.64	2.43	1	10

Estadísticas descriptivas de la variable Recursos de los Destinos Turísticos

Variable	N	Media	Desv. Est.	Min	Max
RECURSOS NATURALES					
RNAT36	103	9.23	1.04	1	10
RNAT37	102	9.39	.880	1	10
RNAT38	103	9.56	.709	1	10
RNAT39	102	9.37	.943	1	10
RNAT40	102	9.48	.767	1	10

RECURSOS CULTURALES					
RCUT41	101	8.83	1.54	1	10
RCUT42	98	9.15	.988	1	10
RCUT43	101	9.04	1.21	1	10
RCUT44	103	9.66	.552	1	10
RCUT45	101	8.68	1.61	1	10
RECURSOS CREADOS					
RECR46	103	7.30	1.80	1	10
RECR47	101	6.65	2.38	1	10
RECR48	102	6.66	2.53	1	10
RECR49	103	7.42	1.87	1	10
RECR50	103	7.55	1.87	1	10
RECR51	103	7.33	2.27	1	10
RECR52	103	6.33	2.24	1	10
RECR53	103	7.87	1.62	1	10

Estadísticas descriptivas de la variable Gestión de los Destinos Turísticos

Variable	N	Media	Desv. Est.	Min	Max
GESTION DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS					
GDT54	101	7.48	1.71	1	10
GDT55	103	7.76	1.87	1	10
GDT56	102	7.01	2.14	1	10
GDT57	102	7.28	2.06	1	10
GDT58	102	7.72	2.22	1	10
GDT59	97	6.70	2.64	1	10

GDT60	100	6.89	2.62	1	10
GDT61	102	6.39	2.32	1	10
GDT62	103	6.56	2.59	1	10
GDT63	100	6.98	2.48	1	10
GESTIÓN DE BENEFICIOS AMBIENTALES					
GBAM64	90	7.34	2.56	1	10
GBAM65	102	3.06	2.71	1	10
GBAM66	98	6.19	3.17	1	10
GBAM67	103	7.62	2.13	1	10
GBAM68	102	7.47	2.17	1	10
GBAM69	102	6.93	2.77	1	10
GESTIÓN DE BENEFICIOS SOCIOCULTURALES					
GBSC70	103	7.44	2.03	1	10
GBSC71	100	8.18	1.87	1	10
GBSC72	100	8.68	1.53	1	10
GBSC73	101	8.27	1.64	1	10
GBSC74	101	8.20	1.85	1	10
GBSC75	102	8.15	1.71	1	10

Estadísticas descriptivas de la variable Prosperidad Social

Variable	N	Media	Desv. Est.	Min	Max
DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA					
DRIZ76	102	6.91	2.26	1	10
DRIZ77	103	7.56	1.95	1	10
DRIZ78	103	7.62	1.73	1	10

DRIZ79	103	8.26	1.45	1	10
<hr/>					
CALIDAD DE VIDA					
<hr/>					
CAVI80	103	7.24	2.00	1	10
CAVI81	103	7.55	1.87	1	10
CAVI82	103	7.49	1.87	1	10
CAVI83	103	7.91	1.68	1	10
CAVI84	101	8.03	1.89	1	10
CAVI85	75	7.12	2.30	1	10
CAVI86	102	8.05	1.72	1	10
CAVI87	103	7.64	1.77	1	10
CAVI88	103	7.61	1.79	1	10
<hr/>					
PRACTICAS SOSTENIBLES					
<hr/>					
PSOS89	102	6.82	2.22	1	10
PSOS90	103	7.83	2.09	1	10
PSOS91	103	7.61	2.38	1	10
PSOS92	102	6.57	2.95	1	10
<hr/>					

Anexo II

Análisis factorial exploratorio de los constructos teóricos

Ítems del CSC	CF	Ítems de CDTS	CF	Ítems de PROSP	CF
CONF1	0.550	RNAT36	0.446	DRIZ76	0.801
CONF2	0.763	RNAT37	0.652	DRIZ77	0.794
CONF3	0.585	RNAT38	0.767	DRIZ78	0.577
CONF4	0.652	RNAT39	0.820	DRIZ79	0.512
CONF5	0.692	RNAT40	0.768	CAVI80	0.547
CONF6	0.569	RCUT41	0.475	CAVI81	0.546
CONF7	0.525	RCUT42	0.698	CAVI82	0.684
CONF8	0.380	RCUT43	0.656	CAVI83	0.742
CONF9	0.374	RCUT44	0.384	CAVI84	0.783
NRMS10	0.642	RCUT45	0.493	CAVI85	0.373
NRMS11	0.666	RECR46	0.378	CAVI86	0.658
NRMS12	0.763	RECR47	0.507	CAVI87	0.729
NRMS13	0.646	RECR48	0.480	CAVI88	0.479
NRMS14	0.532	RECR49	0.548	PSOS89	0.630
NRMS15	0.474	RECR50	0.701	PSOS90	0.772
NRMS16	0.583	RECR51	0.843	PSOS91	0.760
RDES17	0.723	RECR52	0.627	PSOS92	0.610
RDES18	0.752	RECR53	0.385		
RDES19	0.554	GDT54	0.424		
RDES20	0.569	GDT55	0.294		
RDES21	0.356	GDT56	0.278		
RDES22	0.771	GDT57	0.474		
RDES23	0.772	GDT58	0.287		
RDES24	0.360	GDT59	0.457		
RDES25	0.593	GDT60	0.828		
RDES26	0.517	GDT61	0.684		
RDES27	0.276	GDT62	0.792		
PCOM28	0.547	GDT63	0.356		
PCOM29	0.702	GBAM64	0.238		
PCOM30	0.509	GBAM65	-0.384		
PCOM31	0.653	GBAM66	0.403		
PCOM32	0.317	GBAM67	0.784		

PCOM33	0.661	GBAM68	0.749
PCOM34	0.053	GBAM69	0.621
PCOM35	0.361	GBSC70	0.562
		GBSC71	0.531
		GBSC72	0.584
		GBSC73	0.580
		GBSC74	0.560
		GBSC75	0.507

Nota. Método de extracción: Máxima Verosimilitud. Rotación Varimax. CSC=Capital Social Comunitario; CDTS=Competitividad de los destinos Turísticos Sostenibles; PROP=Prosperidad Social; CF= Carga Factorial.

Anexo III

Instrumento de medición

Buenos días/tardes, vengo de parte de la UNIVERSIDAD DE OCCIDENTE, institución que se dedica a la investigación con fines sociales. Queremos platicar con usted para conocer acerca de su opinión sobre asuntos de carácter social y turístico. Con esta plática esperamos poder conocer las opiniones de las personas que laboran en el turismo comunitario.

Su opinión es muy importante porque usted ha sido seleccionado al azar y representa la opinión de los agentes comunitarios del lugar. Nadie sabrá su nombre ni las respuestas que usted dé; usted puede responder libremente y dejar de contestar en el momento que usted lo considere, sus opiniones serán confidenciales y sólo le tomará unos minutos de su tiempo. ¿Puedo empezar?

CONFIANZA (CONF). Se mide por el grado de desacuerdo y acuerdo del residente de confiar en agentes externos e internos. ¿Qué tan desacuerdo o acuerdo está con las siguientes afirmaciones?		Completamente <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> Completamente en desacuerdo de acuerdo										
1	Yo puedo confiar en familiares dentro de la comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
2	Yo puedo confiar en amigos que viven en esta comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

3	Por lo general puedo confiar en mis vecinos más cercanos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4	Yo puedo confiar en cualquier miembro de la comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	Por lo general puedo confiar en cualquier grupo creado dentro de la comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	Por lo general ayudo a mis vecinos y familiares y sé que es reciproco	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7	Por lo general puedo confiar en un grupo de otra comunidad de mi área geográfica	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8	Por lo general puedo confiar en una institución educativa ajena a la comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9	Por lo general puedo confiar en una organización civil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<p>NORMAS (NRMS). Hablemos ahora de las normas o estatutos implícitos en la comunidad y su grado en desacuerdo o acuerdo con las siguientes afirmaciones. ¿Qué tan desacuerdo o acuerdo estas con las siguientes afirmaciones?</p>		<p>Completamente <input type="checkbox"/>----- <input type="checkbox"/>Completamente en desacuerdo de acuerdo</p>									
10	La gente de nuestro pueblo conserva el medio natural para beneficio turístico-comunitario	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	La mayoría de gente en esta comunidad conserva nuestras tradiciones	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12	Muchas personas de nuestro pueblo trabajan para el desarrollo comunitario y lo hacen bien.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13	La gente en mi comunidad tiene la actitud y la tendencia a obedecer la ley o las normas establecidas al interior de la comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14	Aquí tratamos de resolver los conflictos entre nosotros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15	El acceso a los recursos (humanos, financieros, sociales) se restringe a quien no obedece las normas internas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16	La mayoría de la gente nos regimos por las normas sociales internas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

REDES SOCIALES (RDES). Ahora hablaremos de las redes o vínculos que se establecen dentro y fuera de la comunidad. ¿Qué tan frecuente..?		Nada frecuente <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> Muy frecuente									
17	...visitas otras comunidades para hacer nuevos amigos y compartir experiencias	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18	...visitas otras comunidades en busca de nuevas oportunidades de asociación para beneficio de ambas comunidades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19	...tus vínculos sociales promueven el contacto y apoyo de familiares y amigos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20	...compartes nueva información que obtienes en otras comunidades para beneficio de la comunidad, amigos, familiares y vecinos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21	...tienen contacto con instituciones educativas que los apoyan en proyectos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
22	...llega gente del gobierno para ayudar en proyectos para la comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
23	...tú comunidad genera vínculos con gente de otro lado que los ayuda en los temas turísticos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24	...te asocias a clubes, cooperativas y grupos religiosos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
25	...los residentes comunitarios forman grupos o cooperativas para trabajar en conjunto con otras comunidades y organizaciones de gobierno	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26	...las redes familiares, vecinales y comunitarias promueven la colaboración efectiva para el desarrollo del turismo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
27	...las redes te aseguran la integración dentro de un grupo comunitario	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PARTICIPACIÓN COMUNITARIA (PCOM). Ahora hablaremos de las formas en que usted participa en su comunidad y su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.		Nada frecuente <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> Muy frecuente									

SECCIÓN COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE

¿En qué grado...?											
46	...de calidad consideras la condición física de la vía principal de acceso a la comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
47	...de calidad consideras que las vías de acceso a las áreas naturales están bien marcadas y tienen suficiente señalización para que el turista llegue sólo.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
48	...consideras que los hoteles y cabañas son suficientes y de calidad para atender a todos los turistas en temporada alta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
49	...consideras que los restaurantes y cocinas que operan en la comunidad son suficientes y brindan calidad en el servicio de alimentos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
50	...consideras que el alumbrado y vigilancia es suficiente y de calidad para turistas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
51	...consideras que el servicios de sanitario en las áreas turísticas son suficientes y de calidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
52	...consideras que la información turística disponible como módulos y señalización es suficiente y de calidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
53	...los guías locales son suficientes y están capacitados para atender a los turistas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<p>SECCIÓN GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS (GDTU). En esta sección se evaluarán las acciones que se desarrollan en el destino turístico para gestionar o administrar los recursos, visualizando estas acciones comprendidas en el periodo de 1 año.</p>											
<p>LA GESTIÓN TURÍSTICA (GTUR): Es la habilidad de un destino de usar sus recursos efectivamente a largo plazo. Se evalúan por el grado de frecuencia. Donde 1 es nada frecuente a 10 muy frecuente. ¿Qué tan frecuente...?</p>						<p>Nada frecuente <input type="checkbox"/>-----<input type="checkbox"/>Muy frecuente</p>					

54	...el grupo turístico comunitario planea e implementa estrategias para el desarrollo del turismo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
55	...el grupo turístico comunitario implementa estrategias para el manejo de los recursos naturales	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
56	...el grupo turístico comunitario implementa estrategias para el manejo de los recursos culturales	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
57	...el grupo turístico comunitario implementa estrategias para el desarrollo de infraestructura que satisfaga las necesidades de los turistas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
58	...se capacita a los trabajadores de los restaurantes, hoteles y guías para desempeñar correctamente su trabajo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
59	...se comparte la visión de la empresa turística comunitaria entre los pobladores	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
60	...reciben asistencia técnica del gobierno u otras organizaciones para el desarrollo del producto turístico, imagen y marca.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Las siguientes preguntas son afirmaciones de la gestión y se califican de 1 muy bajo a 10 muy alto.		Muy bajo <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> Muy alto									
61	Qué tanto se involucran los residentes comunitarios en la gestión para generar ideas turísticas que contribuyan a la planeación, desarrollo y operación del turismo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
62	En qué grado percibes la ayuda del gobierno para el proceso de desarrollo del turismo en la comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
63	En qué grado percibes que la gestión de la cooperativa (empresa comunitaria), las redes y las asociaciones comunitarias ayudan al desarrollo, preservación y fomento de la cultura con fines turísticos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

MUCHAS GRACIAS POR SU AYUDA

GESTIÓN DE BENEFICIOS AMBIENTALES (GBAM). Se consideran las prácticas de cuidado de la naturaleza por los residentes. Se miden por el grado de acuerdo. Donde 1 es nada frecuente a 10 muy frecuente. ¿Qué tan frecuente...?		Nada frecuente <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> Muy Frecuente									
64	...la empresa comunitaria usa el manual de procedimientos para el cuidado ambiental	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
65	...practican la extracción de plantas y animales los comuneros y turistas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
66	...la gestión de los recursos naturales ha permitido establecer políticas de acceso o restricción para residentes y turistas a los principales atractivos naturales	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
67	...la comunidad está dispuesta a organizarse usando asociaciones y redes para buscar la preservación del recurso natural	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
68	...se da la comunicación efectiva e inclusiva de todos los residentes para el manejo de los recursos naturales	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
69	...la comunidad se capacita para el manejo de residuos solidos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GESTIÓN DE BENEFICIOS SOCIO-CULTURALES (GBSC) son los beneficios percibidos por los residentes derivados de la actividad turística. Califica las siguientes preguntas, donde 1 es muy bajo a 10 muy alto. ¿Qué tanto...?		Muy bajo <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> Muy alto									
70	...ha permitido el turismo fortalecer la identidad cultural de la comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
71	...ha cambiado la forma de pensar y sentir de los residentes desde que iniciaron actividades turísticas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
72	...consideras que la preservación de cultura y tradición es una característica	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

	principal para desarrollar turismo comunitario											
73	...consideras que se ha incrementado la satisfacción social y crecimiento personal a través de las capacitaciones turísticas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
74	...ha permitido el turismo en la comunidad reconocer la importancia de cuidar sus tradiciones y lengua local	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
75	En qué grado consideras que están capacitados los integrantes de la empresa comunitaria turística para atender las necesidades de los turistas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
SECCIÓN PROSPERIDAD SOCIAL												
Antes de pasar a la siguiente batería de preguntas, te quiero explicar cómo debes utilizar la tarjeta que te estoy entregando.												
PROSPERIDAD SOCIAL: Es el constante desarrollo económico, social y ambiental percibido por los residentes de un destino turístico. Te voy a pedir que califiques las siguientes oraciones, donde 1 es muy bajo a 10 muy alto, tomando en cuenta que tus respuestas deben comprender el último año. ¿En qué grado...?						Muy bajo <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> Muy alto						
76	...ha mejorado tú vivienda por los ingresos que genera el turismo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
77	...han mejorado tus ingresos económicos por el turismo que se desarrolla en la comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
78	...se han generado más oportunidades de empleo para la comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
79	...ha mejorado la carretera principal de acceso a la comunidad por el turismo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
80	...ha mejorado la imagen de las calles y el alumbrado público en la comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
81	...ha mejorado la calidad y accesibilidad de los servicios de salud en la comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

82	...ha mejorado la calidad y accesibilidad del servicio de luz eléctrica en las casas de la comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
83	...ha mejorado la calidad y accesibilidad del servicio de agua potable entubada en mi comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
84	...ha mejorado la calidad y accesibilidad del drenaje en la comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
85	...ha mejorado la calidad y accesibilidad de los servicios de educación pública	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
86	...ha mejorado la participación de los residentes comunitarios en programas de capacitación turística en esta comunidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
87	...se ha incrementado la participación en prácticas de conservación de la naturaleza y vida silvestre para beneficio de la comunidad y el turismo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
88	...se ha incrementado el acceso a mejores y diversos productos alimenticios que se ofrece en la comunidad por el turismo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
89	...se ha incrementado los de servicios de comida y su disposición en todo momento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
90	...se ha incrementado la participación de los residentes comunitarios en la recolección de basura	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
91	...se ha incrementado los beneficios económicos por el reciclaje de los desechos solidos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
92	...tu calidad de vida ha mejorado desde que trabajas en el turismo.										

Anexo IV

Instrumento de medición reducido

Capital Social Comunitario	
Confianza	
C1	Yo puedo confiar en amigos que viven en esta comunidad

Datos sociodemográficos						
Encuesta #		Fecha:				
Edad:		Género: (1) Mujer (2) Hombre				
Escolaridad. ¿Cuál fue el último grado que usted aprobó en la escuela?						
1- Kínder o preescolar	2- Primaria	3- secundaria	4- bachillerato	5- Técnica	6- superior	7- posgrado
8- Sin Estudios						
Estado civil		1-casado	2-soltero	3-otro		# de niños:
Periodo de residencia:			Tipo de actividad diaria en el último mes:			
Tipo de Cultivo		1- Frutas	2- vegetales	3- maíz	4- cereales	5-otros:
Tipo de participación en el turismo						
1-venta de productos agrícolas			2-venta de artesanías			
3-Hospedaje		4-Guía		5-preparación de alimentos		
C2	Yo puedo confiar en cualquier miembro de la comunidad					
C3	Por lo general puedo confiar en cualquier grupo creado dentro de la comunidad					
Normas						
N4	La gente de nuestro pueblo conserva el medio natural para beneficio turístico-comunitario					

6- mesero	7-otros:
<p>Pensando en la persona que aporta la mayor parte del ingreso en su hogar, ¿cuál fue el último año de estudios que completó? (espere respuesta, y pregunte) ¿Realizó otros estudios? (reclasificar en caso necesario).</p> <p>No estudió (01) Primaria incompleta (02) Primaria completa (03) Secundaria incompleta (04)</p> <p>Secundaria completa (05); Carrera comercial (06) Carrera técnica (07) Preparatoria incompleta (08)</p> <p>Preparatoria completa (09) Licenciatura incompleta (10) Licenciatura completa (11) Diplomado o Maestría (12) Doctorado (13) NS/NC (14)</p>	
<p>Cuartos.- ¿Cuál es el total de cuartos, piezas o habitaciones con que cuenta su hogar? Por favor no incluya baños, medios baños, pasillos, patios y zotehuelas.</p> <p>De 0 a 4 (1) Entre 5 a 6 (2) 7 o más (3) No contestó (9)</p>	
<p>Baños.- ¿Cuántos baños completos, con regadera y excusado, hay para uso de los integrantes del hogar? Ninguno (1) De 1 a 2 (2) 3 baños (3) 4 baños o más (4) Ns/Nc (9)</p>	
<p>Regadera - En su hogar, ¿Cuenta con regadera funcionando en alguno de los baños?</p> <p>Si tiene regadera funcionando en algún baño (1) No tiene regadera funcionando en ningún baño (2) Ns/Nc (9)</p>	

Focos.- Contando todos los focos que utiliza para iluminar su hogar, incluyendo los de techos, paredes y lámparas de buró o piso, dígame ¿cuántos focos tiene su vivienda?

Piso.- ¿El piso de su hogar es predominantemente de tierra o cemento, o de algún otro tipo de acabado? (ENCUESTADOR: Cuando el hogar presente ambas opciones en diferentes espacios, se debe marcar la que ocupe más de 50%)

De Tierra o cemento firme (1); Cualquier Otro tipo de material o acabado (2);
Ns/Nc (9)

Autos. - ¿Cuántos automóviles propios o los asignados por prestaciones de la empresa donde labore, tienen en su hogar? Por favor, excluya taxis. _____ No contestó (99)

Tv - ¿Cuántas televisiones a color funcionando tienen en este hogar?

Ninguna televisión a color funcionando (1) 1 televisión a color funcionando (2)
2 televisiones a color funcionando (3); 3 o más televisiones a color funcionando (4)
Ns/Nc (9)

PC.- ¿Cuántas computadoras personales, ya sea de escritorio o lap top, tiene funcionando en este hogar?

No tengo computadora o lap top (1); 1 computadora funcionando (2);
2 o más computadoras funcionando (3) Ns/Nc (9)

Estufa - ¿En este hogar cuentan con estufa de gas o eléctrica Si (1)
No (2) Nc (9)

EQUIP.- Por favor dígame, ¿cuentan en su casa con ... en funcionamiento?

	SÍ	NO			SÍ	NO	
1.- Teléfono fijo	(1)	(0)	____	3.- Sistema de TV de paga	(1)	(0)	____
2. Acceso a Internet	(1)	(0)	____	4.- Teléfono celular	(1)	(0)	____
N5	Muchas personas de nuestro pueblo trabajan para el desarrollo comunitario y lo hacen bien						
N6	La gente en mi comunidad tiene la actitud y la tendencia a obedecer la ley o las normas establecidas al interior de la comunidad						
N7	La mayoría de la gente nos regimos por las normas sociales internas						
Redes Sociales							
RS8	¿Qué tan frecuente visitas otras comunidades para hacer nuevos amigos y compartir experiencias?						
RS9	¿Qué tan frecuente visitas otras comunidades en busca de nuevas oportunidades de asociación para beneficio de ambas comunidades?						
RS10	¿Qué tan frecuente compartes nueva información que obtienes en otras comunidades para beneficio de la comunidad, amigos, familiares y vecinos?						
Participación comunitaria							
PC11	¿Qué tan frecuente participas en los eventos comunitarios locales?						
PC12	¿Qué tan frecuente puedes influir en los eventos comunitarios?						
PC13	¿Qué tan frecuente participas voluntariamente en grupos organizados de acción local para beneficio de la comunidad?						
PC14	¿Qué tan frecuente ayudas en tu tiempo libre en tareas del pueblo?						
Competitividad de los destinos turísticos sostenibles							
Recursos Naturales							
RN15	¿Qué tan importante consideras mantener preservado el paisaje natural del destino comunitario para el turismo?						

RN16	¿Qué tan importante es para usted tener o desarrollar actividades recreativas al aire libre para los turistas?
RN17	¿En qué grado consideras que la naturaleza y las actividades basadas en la naturaleza son importantes para atraer turistas?
Recursos Culturales	
RCU18	¿En qué grado consideras que la artesanía tradicional de la comunidad es de importancia para la atracción de turistas?
RCU19	¿En qué grado consideras que las características arquitectónicas tradicionales de la comunidad son de importancia para el turista?
RCU20	¿En qué grado consideras que las expresiones artísticas y culturales de la comunidad son adecuadas para el turismo?
Recursos Creados	
RCR21	¿En qué grado consideras que el alumbrado y vigilancia es suficiente y de calidad para turistas
RCR22	¿En qué grado consideras que el servicio de sanitario en las áreas turísticas son suficientes y de calidad?
RCR23	¿En qué grado consideras que la información turística disponible como módulos y señalización es suficiente y de calidad?
Gestión de los Destinos	
GDT24	¿Qué tan frecuente el grupo turístico comunitario planea e implementa estrategias para el desarrollo del turismo?
GDT25	¿Qué tan frecuente el grupo turístico comunitario implementa estrategias para el desarrollo de infraestructura que satisfaga las necesidades de los turistas?
GDT26	¿Qué tan frecuente se comparte la visión de la empresa turística comunitaria entre los pobladores?
GDT27	¿Qué tan frecuente reciben asistencia técnica del gobierno u otras organizaciones para el desarrollo del producto turístico, imagen y marca?
GDT28	¿Qué tanto se involucran los residentes comunitarios en la gestión para generar ideas turísticas que contribuyan a la planeación, desarrollo y operación del turismo?
GDT29	¿En qué grado percibes la ayuda del gobierno para el proceso de desarrollo del turismo en la comunidad?
Gestión de Beneficios Ambientales	
GBA30	¿Qué tan frecuente la comunidad está dispuesta a organizarse usando asociaciones y redes para buscar la preservación del recurso natural?

GBA31	¿Qué tan frecuente se da la comunicación efectiva e inclusiva de todos los residentes para el manejo de los recursos naturales?
GBA32	¿Qué tan frecuente la comunidad se capacita para el manejo de residuos sólidos?
Gestión de Beneficios Socioculturales	
GBS33	¿Qué tanto consideras que se ha incrementado la satisfacción social y crecimiento personal a través de las capacitaciones turísticas?
GBS34	¿Qué tanto ha permitido el turismo en la comunidad reconocer la importancia de cuidar sus tradiciones y lengua local?
GBS35	¿En qué grado consideras que están capacitados los integrantes de la empresa comunitaria para atender las necesidades de los turistas?
Prosperidad Social de los Destinos Turísticos	
Prácticas Sostenibles	
PS36	¿En qué grado ha mejorado la participación de los residentes comunitarios en programas de capacitación turística en esta comunidad?
PS37	¿En qué grado se ha incrementado la participación en prácticas de conservación de la naturaleza y vida silvestre para beneficio de la comunidad y el turismo?
PS38	¿En qué grado se ha incrementado la participación de los residentes en la recolección de basura?
Calidad de Vida	
CV39	¿En qué grado ha mejorado la imagen de las calles y el alumbrado público en la comunidad?
CV40	¿En qué grado ha mejorado la calidad y accesibilidad de los servicios de salud en la comunidad?
CV41	¿En qué grado ha mejorado la calidad y accesibilidad del servicio de luz eléctrica en las casas de la comunidad?
CV42	¿En qué grado ha mejorado la calidad y accesibilidad del servicio de agua potable entubada en mi comunidad?
CV43	¿En qué grado se ha incrementado el acceso a mejores y diversos productos alimenticios que se ofrece en la comunidad por el turismo?
Distribución de la Riqueza	
DR44	¿En qué grado ha mejorado tú vivienda por los ingresos que genera el turismo?

DR45	¿En qué grado han mejorado tus ingresos económicos por el turismo que se desarrolla en la comunidad?
DR46	¿En qué grado se han generado más oportunidades de empleo para la comunidad?
DR47	¿En qué grado tu calidad de vida ha mejorado desde que trabajas en el turismo?