

TURISMO Y CAPITAL SOCIAL. EL CASO DE TURISMO VIVENCIAL COMUNITARIO EN CHACÁN

Máster en Cooperación al Desarrollo (MCAD - E-Learning)

Universidad Jaume I de Castellón

Alumna: Carmen Junco Díez

Dirección: F. Xavier Molina Morales

Septiembre de 2015

RESUMEN

El turismo como objeto de estudio ha recibido una atención creciente desde diversas disciplinas en las últimas décadas. El fenómeno turístico no es un fenómeno reciente pero desde mediados del siglo XX ha experimentado un continuo crecimiento y una importante diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos con mayor crecimiento y aporte al desarrollo económico y social de los países.

En el caso específico de los países en desarrollo, si bien es una fuente de crecimiento económico, generando ingresos y empleo, el turismo contribuye en diferente medida a dicho desarrollo según el tipo de turismo de que se trate. El efecto del turismo sobre estos países va a depender de factores como la calidad, las rentas que ofrezca y su distribución.

También a partir de experiencias cercanas hemos observado que, aunque el turismo contribuye a la generación de recursos económicos, su contribución al desarrollo de la sociedad es más significativa cuando incorpora elementos de turismo sostenible.

Por esta razón, para la realización del presente trabajo nos centraremos en el denominado turismo sostenible. En 1988 la Organización Mundial del Turismo (OMT) se decantó por un turismo sostenible, definido como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (www.sdt.unwto.org recuperado el 28 de agosto de 2015).

Por otro lado, la propia idea de desarrollo económico y social puede ser analizada desde perspectivas muy diferentes. De forma previa e intuitiva, consideramos que algunos de los aspectos del desarrollo económico y social generado por el turismo, no se explican de forma totalmente satisfactoria desde una visión de la teoría económica convencional. Esta apreciación es la que nos lleva a buscar posibles respuestas en otros planteamientos complementarios o alternativos como pueda ser la denominada perspectiva relacional o de capital social.

Partiendo del concepto teórico de capital social y haciendo una aproximación a las características específicas del turismo, vamos a analizar las relaciones que se producen dentro de la comunidad (*bonding*) y externas a la comunidad (*bridging*). Nuestro objetivo es identificar cómo el capital social que se genera en un proyecto de turismo sostenible contribuye al desarrollo de la comunidad, en contraposición con otro tipo de turismo que a priori consideramos que no genera capital social (capital social neutro).

En este trabajo ilustraremos la relación entre los conceptos anteriores con la descripción de un caso concreto. Se trata del proyecto de Turismo Vivencial Comunitario gestionado por Ayuda en Acción en Chacán (Cusco, Perú) junto con la Asociación Civil Wara, su contraparte local. Esta iniciativa pretende incorporar la actividad turística en la dinámica económica de las familias de Chacán y otras comunidades campesinas cercanas, sin romper con sus tradiciones y costumbres.

El presente trabajo pretende contribuir a diversos campos. Por un lado, contribuir a la valoración de un turismo sostenible y responsable que favorezca el desarrollo integral de las comunidades donde se produce. Por otro lado pretendemos, a partir del caso estudiado, estar en condiciones de proponer una serie de prescripciones tanto a nivel de políticas, como de estrategias de los actores individuales, que les permitan mejorar los potenciales beneficios de estas actividades económicas.

Palabras clave:

Turismo, turismo sostenible, turismo vivencial, capital social, *bonding*, *bridging*

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción	7
1. Turismo:	10
• Origen y concepto	10
• Tipos de turismo	16
• Importancia del sector	18
• Los impactos del turismo	24
• Turismo sostenible	32
2. Capital social	40
• Concepto y definiciones	40
• Dimensiones y medida del capital social	43
• Clasificación y tipos de capital social	48
• Críticas al concepto de capital social	51
• Capital social y desarrollo	52
3. Análisis del fenómeno turístico desde la perspectiva del capital social	58
4. Metodología de investigación	61
5. Proyecto de turismo vivencial comunitario en Chacán, Perú	63
• Contexto: historia, geografía, economía en Perú y en la región de Cusco	63
• Proyecto de turismo vivencial comunitario en Chacán	69
• Análisis del proyecto en el contexto del capital social	76
6. Conclusiones	87
7. Bibliografía	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Importancia del turismo a nivel internacional	19
Figura 2: Turismo internacional 2013. Llegadas e ingresos por turismo por continente	19
Figura 3: Proyección de las llegadas de turistas internacionales	22
Figura 4: Dimensiones del capital social según Narayan y Cassidy	44
Figura 5: Vínculos integrados y adquisición de capacidades competitivas	51
Figura 6: Dimensiones del capital social a nivel comunitario	54
Figura 7: Mapa de las regiones de Perú	65
Figura 8: Población en situación de pobreza monetaria en Perú	66
Figura 9: Mapa de los destinos turísticos de Perú	68
Figura 10: Situación geográfica de la comunidad de Chacán, Cusco	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Llegada de turistas internacionales por región	20
Tabla 2: Ingresos derivados del turismo internacional por región	21
Tabla 3: El turismo hacia 2030: turismo internacional por región de destino	23
Tabla 4: Impactos socioculturales del turismo	27
Tabla 5: Dimensiones del capital social propuestas por el Banco Mundial	45
Tabla 6: Resumen de los elementos clave de las perspectivas de capital social y desarrollo	56
Tabla 7: Elementos para una situación de capital social positivo para el desarrollo en el proyecto de turismo vivencial comunitario en Chacán	80

Glosario de acrónimos

BM: Banco Mundial

DAFO: Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades

IDH: Índice de Desarrollo Humano

MICE: *Meetings, Incentives, Congresses and Events*

MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

ODM: Objetivos de Desarrollo del Milenio

OMS: Organización Mundial de la Salud

OMT: Organización Mundial del Turismo

ONG: Organización No Gubernamental

ONU: Organización de Naciones Unidas

PIB: Producto Interior Bruto

PoA: Punto de Acción

PIB: Producto Interior Bruto

PNUD: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

PPT: *Pro-Poor Tourism*

SIDS: *Small Island Development States* (Estados en Desarrollo de Pequeñas Islas)

TRC: Turismo Rural Comunitario

UE: Unión Europea

UNCTAD: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

INTRODUCCIÓN

Importancia del tema

El turismo como objeto de estudio ha recibido una atención creciente desde diversas disciplinas en las últimas décadas. El fenómeno turístico no es un fenómeno reciente pero desde mediados del siglo XX ha experimentado un continuo crecimiento y una importante diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que genera mayor crecimiento y desarrollo económico y social en los países. De forma particular representa una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Sin embargo, este crecimiento ha sido paralelo al aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

En el caso específico de los países en desarrollo, si bien es una fuente de crecimiento económico, generando ingresos y empleo, el turismo contribuye en diferente medida a dicho desarrollo según el tipo de turismo de que se trate. En otras palabras, el efecto del turismo sobre estos países va a depender de factores como la calidad, las rentas que ofrezca y su distribución. En este sentido, un tipo de turismo sostenible puede beneficiarles especialmente.

Motivación

A partir de experiencias cercanas, hemos podido observar múltiples formas de entender el turismo. Hemos observado que, si bien el turismo contribuye a la generación de recursos económicos, su contribución al desarrollo de la sociedad es significativamente distinta cuando incorpora elementos de sostenibilidad.

Por otro lado, la propia idea de desarrollo económico y social puede ser analizada desde perspectivas muy diferentes. De forma previa e intuitiva, consideramos que algunos de los aspectos de estos fenómenos no se explican de forma totalmente satisfactoria desde una visión de la teoría económica convencional. Esta apreciación es la que nos lleva a buscar posibles respuestas en otros planteamientos complementarios o alternativos como puede ser la denominada perspectiva relacional o de capital social.

Según Portes, “mientras que el capital económico está en las cuentas bancarias de las personas y el capital humano está dentro de sus cabezas, el capital social es inherente a la estructura de sus relaciones. Para poseer capital social, una persona debe relacionarse con

los otros, y son los otros, y no ella misma, los que son la fuente de su ventaja” (Portes, 1998).

El contexto específico del trabajo

Tal como hemos avanzado, para la realización del presente trabajo nos centraremos en el denominado turismo sostenible. En 1988 la Organización Mundial del Turismo (OMT) se decantó por un turismo sostenible, definido como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (www.sdt.unwto.org recuperado el 28 de agosto de 2015).

Partiendo del concepto teórico de capital social y haciendo una aproximación a las características específicas del turismo, vamos a analizar las relaciones que se producen dentro de la comunidad (*bonding*) y externas a la comunidad (*bridging*). Nuestro objetivo es identificar cómo el capital social que se genera en un proyecto de turismo sostenible contribuye al desarrollo de la comunidad, en contraposición con otros tipos de turismo que a priori consideramos que no generan capital social (capital social neutro).

En este trabajo ilustraremos la relación entre los conceptos anteriores con la descripción de un caso concreto: el proyecto de Turismo Vivencial Comunitario gestionado por Ayuda en Acción junto con la Asociación Civil Wara, su contraparte local en Chacán Anta (Cusco, Perú). Esta iniciativa pretende incorporar la actividad turística de convivencia solidaria en la dinámica económica de las familias de Chacán y otras comunidades campesinas cercanas, sin romper con sus tradiciones y costumbres características como pueblo agricultor y ganadero.

Resumen del contenido

Primero describiremos el contexto histórico, sociocultural y económico de Perú y de Chacán. Después describiremos el Proyecto de Turismo Vivencial Comunitario que se está llevando a cabo en Chacán, cómo se ha desarrollado desde sus orígenes, sus objetivos, organización, etc.

El presente trabajo pretende contribuir a diversos campos. Por un lado, contribuir a la valoración de un turismo sostenible y responsable que favorezca el desarrollo integral de las comunidades donde se produce. Por otro lado pretendemos, a partir del caso estudiado, estar en condiciones de proponer una serie de prescripciones tanto a nivel de políticas,

como de estrategias de los actores individuales, que les permitan mejorar los potenciales beneficios de estas actividades económicas.

Hemos estructurado nuestro trabajo como sigue: en primer lugar hemos revisado los estudios previos sobre los conceptos tratados, básicamente el turismo y el capital social, para después aplicar estas ideas a un proyecto concreto, y terminar con la propuesta de conclusiones e implicaciones de las mismas.

1. TURISMO

En este apartado definiremos el concepto de turismo, su origen y sus diferentes clasificaciones. También hablaremos de su importancia como sector económico, y de los impactos que genera, tanto económicos como medioambientales y socioculturales. Por último abordaremos las nuevas tendencias en el sector, centrándonos en el concepto de turismo sostenible.

Origen y concepto

Evolución histórica del turismo

¹Los viajes siempre han estado presentes en la vida de las sociedades y en casi todas las agrupaciones humanas. El sistema de transporte, así como las rutas que se trazaban y los alojamientos que han movilizadado y acogido a los exploradores, guerreros, cazadores, visitantes, viajeros y turistas en todas las épocas, han ido evolucionando según la propia dinámica de cambio y de transformación experimentadas.

Ya en la cultura Griega, y gracias a su situación geográfica idónea para realizar desplazamientos por el Mediterráneo, eran los filósofos y los poetas los que tenían el deseo de conocer personalmente otras ciudades y culturas. Los viajes de aquella época estaban relacionados con las necesidades de las profesiones como el comercio, con la finalidad de aprender cosas diferentes, asistir a fiestas por los ideales políticos, los deportes, las motivaciones religiosas y de salud, y también por el ansia de aventuras.

Con Roma aparece el *otium* romano, que percibía el ocio de otra manera, ya que introduce el ocio de masas, que es organizado por el Estado. Se convierte el ocio en un medio y el trabajo en un fin. El sociólogo y estudioso del turismo Mazón (1998), halla en sus estudios un tipo de turismo en esta época denominado turismo residencial, que disfrutaba la población que vivía en la capital de Roma con su vida ajetreada, y que motivaba a las poblaciones de alto nivel adquisitivo a desplazarse por temporadas a zonas residenciales

¹ Evolución histórica de los viajes y el turismo basada en MARTÍNEZ QUINTANA (2006)

lujosas, llamadas villas y palacetes vacacionales, y que disponían de una arquitectura termal. Además, los romanos hicieron grandes viajes con la finalidad de visitar centros de interés histórico y cultural.

En la Baja Edad Media y en el Renacimiento se desarrolla un ocio popular, que consiste en el disfrute del tiempo de reposo con el de la fiesta que se organiza y controla por la Iglesia y los señores feudales. En paralelo se desarrolla el ocio como ideal caballeresco, que se basaba en la diversión al igual que el *otium* romano, y adquiría formas de exhibición social.

En el siglo XVIII el ocio se centra en el trabajo industrial. Los viajes se deben a motivos de guerra o religión, como el Camino de Santiago. Se descubre también el mismo fenómeno en las sociedades no occidentales en las que la peregrinación floreció, como en los hindúes, musulmanes, sintoístas, budistas y demás religiones, que necesitaban desplazarse de sus ciudades a los lugares santos indicados.

En la Europa de los siglos XVII y XVIII aparece el *Grand Tour* o Gran Viaje. Lo realizaban los jóvenes aristócratas y la naciente clase burguesa por motivos educativos, como ya hicieron los romanos, con el fin de conocer otras culturas y visitar sus ciudades, aprender de los países avanzados la ciencia que ahí se había desarrollado, las artes diversas y asentarse temporalmente en los principales centros culturales, políticos, económicos y religiosos de aquel momento (Londres, París, Ámsterdam, Roma, Venecia y Madrid). También se conoce a estos viajes como *Tour* de la nobleza, que solían durar dos o tres años, en los que se necesitaban tanto medios económicos como personas cualificadas (mentores, maestros, administradores de viajes, traductores, cocheros...).

La etapa del *Grand Tour* finaliza a medida que va cambiando la sociedad a través de las revoluciones en la agricultura, la industria y la política, y a mediados del siglo XVIII los viajes pasan de ser viajes formativos para convertirse en desplazamientos que buscaban información acerca de las ciudades avanzadas con finalidad profesional. También resurgen los balnearios en toda Europa y se imponen las estancias de las clases burguesas sobre todo en las playas de veraneo.

En las primeras etapas del turismo, éste se caracteriza por su carácter elitista. Sin embargo, entre el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX esta tendencia cambia con las transformaciones de la sociedad industrial, las revoluciones políticas, científicas y culturales, iniciándose una segunda etapa en el turismo.

En el siglo XIX aparece el primer turismo organizado por los nuevos empresarios Thomas Cook y Baedeker. Se abren las primeras agencias de viajes, se elaboran guías y literatura de viajes...Mazón (1998) habla de la primera revolución turística, determinada por la evolución de los transportes, el desarrollo económico alcanzado y el surgimiento de un sistema bancario competente que harán que un mayor número de personas puedan disfrutar del turismo nacional e internacional. También se añade el crecimiento de las ciudades, la superpoblación, deshumanización o insalubridad que ofrecían las zonas urbanas en aquel momento, y que fomentaban el deseo de descansar fuera de las mismas.

A finales de siglo se estableció el derecho a las vacaciones de todos los trabajadores, que se hace factible a partir de la Segunda Guerra Mundial, y que marca un hito en la incipiente sociedad de masas: el inicio del turismo de masas.

Según Valdés (1996), los elementos que inciden en el turismo son el incremento de las economías occidentales, el bienestar alcanzado, el tiempo disponible para el ocio, la generalización de la educación, la reducción de la edad de jubilación, la renta disponible, el cambio en las tendencias de valores que favorecen los viajes de placer, el surgimiento de nuevas necesidades de ocio y recreación y el fraccionamiento del periodo de vacaciones.

Poo (1993) habla de cinco elementos de transformación según la evolución experimentada en el turismo: nuevos consumidores, nuevas tecnologías, necesidad de nuevas formas de producción y gestión más flexibles y cambios en el entorno.

Tras el parón en el turismo por la Segunda Guerra Mundial, los analistas coinciden en que en el período de 1950 a 1975 se concentra el mayor boom turístico. El turismo internacional encuentra la oportunidad para crecer rápidamente, debido al nuevo orden internacional y el periodo de paz que vino tras la Guerra, y la regulación del transporte aéreo. Las mejoras en los medios de transporte y las infraestructuras complementan este círculo.

En la década de los cincuenta despegó el turismo de masas, y en la de los sesenta hubo un boom del turismo internacional. De 1958 a 1973 los países turistas de Europa y América tuvieron un récord en el número de turistas y en el gasto producido por los viajes, triplicándose el número de cruces fronterizos. Alrededor de 1968 este crecimiento se frenó, dando por finalizada la etapa del *boom* del turismo.

La década de los setenta viene marcada por la crisis del petróleo en 1974, acompañada de las manifestaciones de saturación y de desgaste producido por el anterior movimiento de crecimiento turístico en algunos destinos. Desde la perspectiva psicosocial brotan nuevas tendencias en los comportamientos en el ocio y el turismo.

La década de los ochenta implica una fase de transición entre el turismo de masas y el turismo de nueva era, que se va a configurar en la década de los noventa, y durante los inicios del siglo XXI con nuevas corrientes y actividades socioculturales de diversa naturaleza.

En 1975 se crea la Organización Mundial del Turismo, formalmente vinculada a las Naciones Unidas ya que es una agencia ejecutiva del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Es la organización internacional líder en el campo del turismo, que promueve el turismo como generador de crecimiento económico, desarrollo inclusivo y sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector, así como conocimientos y políticas turísticas a nivel internacional. Apoya y promueve la implementación del Código Ético Global del Turismo para maximizar la contribución del turismo al desarrollo socio-económico, y minimizar sus posibles impactos negativos.

La OMT genera conocimientos de mercado, promueve políticas e instrumentos de turismo sostenible y competitivo, facilita la educación en turismo, y trabaja para hacer del turismo una herramienta efectiva para el desarrollo a través de asistencia técnica en proyectos en unos 100 países alrededor del mundo.

La OMT está formada por 156 países, 6 territorios y unos 400 miembros afiliados que representan al sector privado, instituciones educativas, asociaciones de turismo y autoridades turísticas locales.

Definición de turismo

Los estudios sobre turismo no tienen una larga historia al haber sido reciente su aparición en las sociedades de masas, y la propia OMT ha comprobado la ausencia de una definición absoluta de turismo que determinase la actividad turística y pudiese diferenciar unos sectores de otros.

A principios del siglo XX el turismo empieza a ser una materia de investigación universitaria a través de varios economistas europeos como Glucksmann, Schwick o Bovmann que publicaron los primeros estudios en la escuela berlinesa. Los profesores

Hunziker y Krapf definieron el turismo como la “suma de fenómenos y relaciones que surgen de los viajes y estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada” (Hunziker y Krapf, 1942: 43).

Burkart y Medlik en 1981 definen el turismo e introducen los desplazamientos cortos y temporales que efectúan los individuos hacia los destinos que están fuera del lugar de residencia y de trabajo, más todas aquellas actividades que se realizan durante la estancia en los destinos establecidos. Tienen en cuenta también los desplazamientos por motivos de negocios.

En 1982, Mathieson y Wall definen el turismo como “el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia, y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas” (Mathieson y Wall, 1982: 1).

La OMT adopta en 1994 la siguiente definición de turismo, que se considera definitiva y ampliamente aceptada, al incluir los matices de las definiciones anteriores. “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”.

En esta definición se concretan las principales características del turismo, que son:

- Motivación del viaje, “ocio, negocio, otros”
- Acotación temporal del periodo por un año. Es un periodo realmente amplio, sobre todo si se compara con el tiempo normal de extensión de los visados de viaje para turismo por los gobiernos (tres meses) o con la periodificación prevista por algunas legislaciones para la delimitación de lo que se considera residencia habitual (seis meses)
- Delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el periodo de la estancia
- Localización de la actividad turística como la actividad realizada “fuera del entorno habitual”

La OMT define varios factores en la actividad turística:

- a. La demanda comprende la totalidad de consumidores de los bienes y servicios que ofrece el turismo, clasificados en viajeros, visitantes, turistas y excursionistas. Dependiendo del lugar de origen de los turistas y del destino elegido se distinguen tres

tipos de turismo: interior, nacional e internacional. El espacio turístico es el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda.

b. La oferta turística está formada por el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo. El gasto turístico se destina a diferentes productos, como alojamiento, alimentación, transporte, ocio, cultura, actividades deportivas, compras y otros.

c. Los operadores turísticos son agentes que participan en la actividad turística. Suelen ser intermediarios entre el consumidor final y el producto turístico, y puede extender su acción al resto de la oferta complementaria.

Conforme han ido avanzando y cambiando las manifestaciones del turismo en los distintos países, así lo han hecho las diferentes vertientes de la sociología del turismo, fundamentalmente a partir de la década de los ochenta del siglo XX.

La ideología del turismo predominante durante la década de los setenta alcanzó una dimensión internacional, y resaltó el desarrollo económico como un elemento clave y positivo para los países desarrollados, y se percibió como una gran panacea para los países menos desarrollados. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) mantuvo la idea de que en el turismo se hallaba un potencial de crecimiento prácticamente ilimitado, llevando en aquel momento al Banco Mundial (BM) y a las Naciones Unidas (ONU) a promoverlo en los países en vías de desarrollo, proclamando en 1967 el Año Internacional del Turismo por parte de las Naciones Unidas. A partir de aquí, muchos países en vías de desarrollo comenzaron a potenciar el turismo, sin realizar los estudios ni la planificación previa para su viabilidad, sólo basándose en la idea triunfalista del turismo. Y posteriormente surgieron consecuencias nefastas en algunas zonas del mundo.

Por otro lado, Jurado estudia los mitos del turismo (Jurado, 1992: 18), destacando los siguientes puntos:

a. El turismo como generador de empleo y riqueza: estos fueron motivos que la clase política utilizó para obtener los apoyos suficientes para desarrollar la actividad turística. A lo largo del tiempo se ha demostrado que los empleos son poco cualificados, y la inflación aparece irremediabilmente junto a la eliminación de otras alternativas productivas.

b. El turismo como vía de comunicación cultural: “para la población local, el turista es una fuente de ingresos. El turismo transforma la cultura del pueblo anfitrión en mercancía enlatada para el uso del turista. Puede haber contactos y tropiezos entre turistas y nativos, pero jamás comunicación”

c. El turismo como vía positiva para la conservación: hace referencia a la vulnerabilidad de los entornos naturales y culturales de las sociedades de destino turístico, que sufren la invasión masiva y constante por parte de los turistas.

d. El turismo como generador de cambio: según Jurado, “en esto consiste el cambio: ruido, cemento, playas deterioradas, bosques destruidos, urbes congestionadas, colocadas sobre los lugares más bellos del planeta”.

Esta ideología triunfalista del turismo se torna en una trampa, y es aquí donde se comienza a estudiar las manifestaciones y consecuencias del fenómeno del turismo en sus amplias vertientes.

Tipos de turismo

Hay diferentes clasificaciones del turismo en función de la aproximación que se haga. Podemos diferenciar:

a. Por origen y procedencia

- Doméstico o nacional: residentes de un país que viajan en el mismo país.

- Internacional: residentes de un país que viajan a otro país.

b. Por organización del viaje

- Turismo de masas o grupos: un conjunto de personas agrupado por un operador turístico.

- Turismo individual o independiente: el programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos

c. Por motivos, intención del viaje o actividades a desarrollar:

- Turismo cultural: abarca todas aquellas acciones emprendidas con el objeto de viajar o desplazarse motivadas por el interés de la cultura, en el que se utilizan todos los recursos culturales disponibles. Y más específicamente, alcanza todos los desplazamientos de personas hacia un destino cultural concreto fuera de su lugar de residencia habitual. Se distinguen algunos subtipos, como el turismo monumental, arqueológico, etnográfico, literario, gastronómico, enológico, idiomático o industrial.
- Turismo de sol y playa: se da en localidades costeras en las que existen playas, y las condiciones climáticas son cálidas. En estas localidades suele haber gran cantidad de hoteles y actividades de ocio y tiempo libre.
- Turismo de negocios: empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales que viajan para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. Por sus siglas en inglés se conoce como MICE (*Meetings, Incentives, Congresses and Events*). Tiene lugar principalmente en las ciudades, y se relaciona fundamentalmente con las actividades laborales en las que se perfila un conjunto de ellas que alternan con el turismo y el ocio recreativo. Se subdivide en reuniones y congresos, seminarios y convenciones, viajes de incentivo y *fam trips* (viajes de familiarización con el destino turístico).
- Turismo activo: se refiere a aquel cuya motivación consiste en la realización de deportes, principalmente en la naturaleza y que habitualmente precisan para su práctica de un soporte natural determinado. Se denomina activo porque es fundamental la participación directa del turista protagonista y no la mera contemplación de espectáculos deportivos. Dentro de él se pueden incluir el turismo deportivo y el turismo de aventura.
- Turismo religioso: actividades turísticas relacionadas con las creencias y prácticas religiosas. Los cuatro núcleos de mayor importancia en el mundo son Jerusalén, el Vaticano, La Meca y Santiago de Compostela.
- Turismo médico o de salud: vinculación del viaje con la realización de intervenciones quirúrgicas, dentales o tratamientos médicos en países donde las atenciones son mejores o más económicas.
- Turismo natural: Se suele desarrollar en un ambiente natural, ya sea este un medio rural o área protegida, tratando siempre de realizar actividades recreativas en él, pero sin deteriorar el entorno. También se puede encontrar incorporado al área urbana, mediante la contemplación de plantas y animales fuera de sus hábitats naturales, en los jardines botánicos y zoológicos, como parques temáticos de flora y fauna. Dentro de él se incluyen

algunos subtipos, como turismo rural, ecoturismo, agroturismo, agro-ecoturismo, ornitológico, ictioturismo (de pesca) o cinegético (de caza).

- Nuevos tipos de turismo para cubrir nuevas demandas, como el turismo espacial, turismo de guerra, turismo virtual, turismo científico, ...

Importancia del sector

Según la Organización Mundial del Turismo, durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del crecimiento socioeconómico, mediante la obtención de ingresos por exportaciones, la creación de puestos de trabajo y de empresas y la ejecución de infraestructuras.

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones.

Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. Si en 1950 hubo 25 millones de turistas, en 2013 la cifra había crecido hasta los 1.087 millones, y se prevé que en 2030 se alcancen los 1.800 millones según la Organización Mundial del Turismo.

El turismo supuso en 2013 el 9% del Producto Interior Bruto (PIB) mundial, con uno de cada 11 empleos relacionados con el sector turístico, y el 6% del comercio mundial.

En la siguiente figura se ilustra el peso del turismo en la economía internacional.

Figura 1: Importancia del turismo a nivel internacional



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT). Panorama OMT del turismo internacional 2014.

En el siguiente mapa se indican las llegadas de turistas y los ingresos por turismo en cada uno de los continentes durante 2013, así como el peso que cada uno tiene sobre el total. Como se puede observar, Europa es la región donde el turismo tiene un mayor desarrollo y peso, seguida por Asia y América.

Figura 2: Turismo internacional 2013. Llegadas e ingresos por turismo por continente



Fuente: Organización Mundial del Turismo. Panorama OMT del turismo internacional 2014.

En la siguiente tabla se puede ver el detalle de la llegada de turistas internacionales por sub-región dentro de cada continente. Como vimos en el mapa anterior, la región con más llegadas de turistas es Europa, seguida por Asia y el Pacífico y América. Si bien es cierto que en Europa el turismo se concentra sobre todo en los países de la UE, y en América se concentra en los países de Norte América, que han sido tradicionalmente los principales mercados de origen y destinos del turismo. En la región de Asia y el Pacífico los principales mercados y destinos son China y el Sudeste Asiático, que han experimentado importantes crecimientos durante la última década.

Tabla 1: Llegada de turistas internacionales por región

	Llegadas de turistas internacionales (millones)							Cuota de mercado (%)	Variación (%)		Crecimiento medio anual (%) '05-'13*
	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2013*		2013*	12/11	
Mundo	434	528	677	807	948	1.035	1.087	100	4,1	5,0	3,8
Economías avanzadas ¹	296	334	421	459	506	551	581	53,4	3,8	5,4	3,0
Economías emergentes ¹	139	193	256	348	442	484	506	46,6	4,4	4,5	4,8
Por regiones de la OMT:											
Europa	261,1	304,0	388,2	448,9	484,8	534,4	563,4	51,8	3,6	5,4	2,9
Europa del Norte	28,2	35,8	46,6	60,4	62,7	65,1	68,9	6,3	0,9	5,8	1,6
Europa Occidental	108,6	112,2	139,7	141,7	154,4	167,2	174,3	16,0	3,5	4,2	2,6
Europa Central/Oriental	33,9	58,1	69,3	90,4	94,5	111,7	118,9	10,9	8,3	6,5	3,5
Eur. Meridional/Medit.	90,3	98,0	132,6	156,4	173,3	190,4	201,4	18,5	1,9	5,7	3,2
- de los cuales UE-28	229,7	267,3	332,3	363,8	380,0	412,2	432,7	39,8	2,7	5,0	2,2
Asia y el Pacífico	55,8	82,0	110,1	153,5	204,9	233,5	248,1	22,8	6,9	6,2	6,2
Asia del Nordeste	26,4	41,3	58,3	85,9	111,5	122,8	127,0	11,7	6,0	3,5	5,0
Asia del Sudeste	21,2	28,4	36,1	48,5	70,0	84,2	93,1	8,6	8,7	10,5	8,5
Oceanía	5,2	8,1	9,6	10,9	11,4	11,9	12,5	1,1	4,0	4,7	1,7
Asia Meridional	3,1	4,2	6,1	8,1	12,0	14,6	15,5	1,4	6,2	6,1	8,4
Américas	92,8	109,1	128,2	133,3	150,6	162,7	167,9	15,5	4,3	3,2	2,9
América del Norte	71,8	80,7	91,5	89,9	99,5	106,4	110,1	10,1	4,2	3,5	2,6
El Caribe	11,4	14,0	17,1	18,8	19,5	20,7	21,2	2,0	3,0	2,4	1,5
América Central	1,9	2,6	4,3	6,3	7,9	8,9	9,2	0,8	7,3	3,7	4,9
América del Sur	7,7	11,7	15,3	18,3	23,6	26,7	27,4	2,5	5,0	2,6	5,2
África	14,7	18,7	26,2	34,8	49,9	52,9	55,8	5,1	6,6	5,4	6,1
África del Norte	8,4	7,3	10,2	13,9	18,8	18,5	19,6	1,8	8,2	6,1	4,4
África Subsahariana	6,3	11,5	16,0	20,9	31,2	34,5	36,2	3,3	5,8	5,0	7,1
Oriente Medio	9,6	13,7	24,1	36,3	58,2	51,7	51,6	4,7	-5,4	-0,2	4,5

Fuente: Organización Mundial del Turismo. Panorama del turismo internacional 2014

Los ingresos por turismo internacional son las ganancias que se generan en los países de destino por gasto en alojamiento, manutención, transporte interior, ocio, compras y otros bienes y servicios. En términos macroeconómicos, el gasto de los visitantes internacionales se contabiliza como exportaciones en el país de destino y como importaciones en el país de residencia del visitante.

En la balanza de pagos, los ingresos procedentes del turismo receptor se consignan como *créditos de viajes* en la balanza de servicios y el gasto en turismo emisor como *débitos de viajes*. Para muchos países, el turismo es una fuente vital de ingresos de moneda

extranjera y un elemento importante para su economía, que crea empleo y abre oportunidades de desarrollo.

El turismo internacional (viajes y transporte de pasajeros) representa el 29% de las exportaciones de servicios a escala mundial y el 6% de las exportaciones globales de bienes y servicios. Como categoría de exportación a escala mundial, el turismo ocupa el quinto puesto, por detrás de combustibles, productos químicos, productos alimenticios y automoción, si bien en muchos países en desarrollo ocupa el primer lugar.

En la siguiente tabla se expone el detalle por subregiones de los ingresos por turismo internacional.

Tabla 2: Ingresos derivados del turismo internacional por región

	Ingresos por turismo internacional				Cuota de mercado (%)	Ingresos (\$EEUU)				Ingresos (euro)			
	Monedas locales, precios constantes (variación %)					(miles de millones)		por llegada		(miles de millones)		por llegada	
	10/09	11/10	12/11	13*/12		2013*	2012	2013*	2013*	2012	2013*	2013*	
Mundo	5,2	4,5	4,2	5,3	100	1.078	1.159	1.070	839	873	800		
Economías avanzadas ¹	5,8	5,9	4,0	6,0	64,3	688	745	1.280	536	561	970		
Economías emergentes ¹	4,0	2,1	4,5	4,0	35,7	390	413	820	303	311	610		
Por regiones de la OMT:													
Europa	-0,2	4,9	1,9	3,8	42,2	454,0	489,3	870	353,4	368,4	650		
Europa del Norte	3,4	2,4	3,3	7,1	6,4	67,6	74,2	1.060	52,6	55,9	810		
Europa Occidental	1,4	3,9	2,7	1,7	14,5	157,9	167,9	960	122,9	126,4	730		
Europa Central/Oriental	-3,5	6,8	4,0	3,4	5,2	56,3	59,9	500	43,8	45,1	380		
Europa Meridional/Medit.	-1,9	6,1	0,0	4,5	16,2	172,2	187,3	930	134,0	141,0	700		
- de los cuales UE-28	0,9	4,0	1,7	3,4	34,8	374,2	402,9	930	291,2	303,4	700		
Asia y el Pacífico	14,9	8,3	6,7	8,2	31,0	329,1	358,9	1.450	256,1	270,3	1.090		
Asia del Nordeste	21,4	9,2	7,9	9,3	15,9	167,2	184,7	1.450	130,1	139,0	1.090		
Asia del Sudeste	15,0	12,9	10,6	9,7	9,3	96,0	107,4	1.150	74,7	80,9	870		
Oceanía	-3,0	-4,1	-1,3	1,9	3,7	43,0	42,6	3.410	33,4	32,0	2.570		
Asia Meridional	10,7	11,6	-0,6	5,3	2,1	22,9	24,3	1.570	17,8	18,3	1.180		
Américas	4,2	5,1	5,7	6,4	19,8	212,9	229,2	1.360	165,7	172,6	1.030		
América del Norte	6,0	5,9	6,7	7,8	14,8	156,4	171,0	1.550	121,7	128,8	1.170		
El Caribe	0,7	-1,5	1,2	2,1	2,1	24,2	24,8	1.170	18,8	18,7	880		
América Central	0,3	9,7	7,5	3,2	0,8	8,7	9,4	1.020	6,8	7,1	770		
América del Sur	-2,2	5,7	3,2	3,2	2,1	23,6	23,9	870	18,4	18,0	660		
África	2,6	1,7	7,3	0,0	3,0	34,3	34,2	610	26,7	25,8	460		
África del Norte	0,2	-5,5	9,1	-1,4	0,9	10,0	10,2	520	7,8	7,7	390		
África Subsahariana	3,8	5,0	6,5	0,6	2,1	24,3	24,0	660	18,9	18,1	500		
Oriente Medio	16,3	-17,2	2,2	-1,9	4,1	47,5	47,3	920	36,9	35,6	690		

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT). Panorama OMT del turismo internacional 2014.

Si bien el turismo empezó a desarrollarse como una actividad reservada para las élites sociales, después se popularizó y convirtió en un producto de masas. Hasta tal punto que como se desprende de los datos expuestos anteriormente, durante los últimos años en los que las economías occidentales sufrían una aguda crisis económica las llegadas de turistas han batido récords. Es decir, el turismo no es una actividad elitista ni un lujo, sino que se ha convertido en una *necesidad* más para los habitantes de los países desarrollados. Por

otra parte, es un sector económico que proporciona divisas y crecimiento económico para los países de destino, y lo anterior sugiere que a pesar de la situación de crisis económica es uno de los sectores que mejor ha soportado el descenso de la demanda.

En cuanto a mercados emisores, la mayor parte de turistas visitan destinos dentro de su propia región. Los mercados emisores de turismo internacional se han concentrado tradicionalmente en las economías avanzadas de Europa, las Américas y Asia y el Pacífico. Sin embargo, gracias al aumento de los niveles de renta disponible, muchas economías emergentes han experimentado un elevado crecimiento en los últimos años, en particular en algunos mercados de Asia, Europa Central y Oriental, Oriente Medio, África y América Latina.

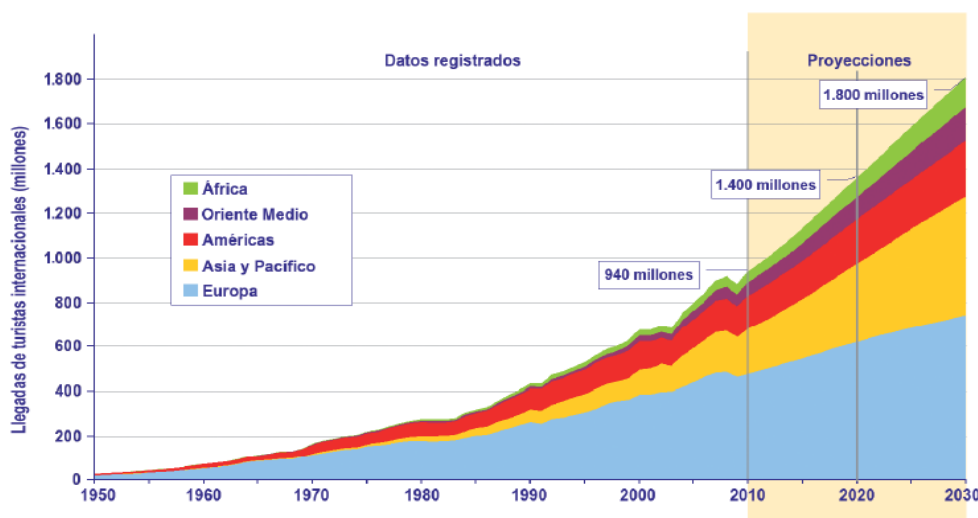
Si bien Europa sigue siendo la mayor región emisora del mundo, generando más de la mitad de las llegadas internacionales, China se sitúa desde 2012 en la cabeza del ranking de gasto en turismo internacional.

La OMT en su informe “*Tourism towards 2030*” ofrece un pronóstico del turismo hasta 2030, que incluye unas proyecciones cuantitativas de la demanda del turismo.

Según este informe, se calcula que el número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo crecerá una media del 3,3% al año, superando los 1.800 millones en 2030.

En el siguiente gráfico se puede ver la evolución esperada del número de llegadas de turistas internacionales por región según el informe de la OMT.

Figura 3: Proyección de las llegadas de turistas internacionales



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT). Panorama OMT del turismo internacional 2014.

Las llegadas de turistas internacionales a destinos de las economías emergentes de Asia, América Latina, Europa Central y Oriental, Europa Meridional y Mediterránea, Oriente Medio y África doblarán su ritmo de crecimiento (4,4% al año) respecto al de los destinos de las economías avanzadas (2,2% al año). Por consiguiente, se prevé que en 2015 las llegadas a economías emergentes superen a las de economías avanzadas. En 2030 el 57% de las llegadas internacionales se registrarán en destinos de economías emergentes (frente al 30% de 1980) y el 43% en destinos de economías avanzadas (frente al 70% en 1980).

En la siguiente tabla elaborada por la OMT se puede ver a evolución de las llegadas de turistas internacionales, real y esperada hasta 2030, por región de destino. Como se puede observar, las llegadas de turistas experimentan índices de crecimiento superiores en los países en desarrollo con respecto a los países desarrollados. Y esta tendencia se cumple no sólo en número de turistas sino también en los ingresos del sector turístico.

Tabla 3: El turismo hacia 2030: Turismo internacional por región de destino

El turismo hacia 2030: Turismo internacional por región de destino												
	Llegadas de turistas internacionales (millones)					Crecimiento medio anual (%)					Cuota (%)	
	Datos registrados			Proyecciones		Datos registrados		Proyecciones			2010	2030
	1980	1995	2010	2020	2030	1980-'95	'95-2010	2010-'30, de los cuales				
								2010-'20	2020-'30			
Mundo	277	528	940	1.360	1.809	4,4	3,9	3,3	3,8	2,9	100	100
Economías avanzadas ¹	194	334	498	643	772	3,7	2,7	2,2	2,6	1,8	53	43
Economías emergentes ¹	83	193	442	717	1.037	5,8	5,7	4,4	4,9	3,8	47	57
Por regiones de la OMT:												
África	7,2	18,9	50,3	85	134	6,7	6,7	5,0	5,4	4,6	5,3	7,4
África del Norte	4,0	7,3	18,7	31	46	4,1	6,5	4,6	5,2	4,0	2,0	2,5
África Occidental y Central	1,0	2,3	6,8	13	22	5,9	7,5	5,9	6,5	5,4	0,7	1,2
África Oriental	1,2	5,0	12,1	22	37	10,1	6,1	5,8	6,2	5,4	1,3	2,1
África austral	1,0	4,3	12,6	20	29	10,1	7,4	4,3	4,5	4,1	1,3	1,6
Américas	62,3	109,0	149,7	199	248	3,8	2,1	2,6	2,9	2,2	15,9	13,7
América del Norte	48,3	80,7	98,2	120	138	3,5	1,3	1,7	2,0	1,4	10,4	7,6
El Caribe	6,7	14,0	20,1	25	30	5,0	2,4	2,0	2,4	1,7	2,1	1,7
América Central	1,5	2,6	7,9	14	22	3,8	7,7	5,2	6,0	4,5	0,8	1,2
América del Sur	5,8	11,7	23,6	40	58	4,8	4,8	4,6	5,3	3,9	2,5	3,2
Asia y el Pacífico	22,8	82,0	204,0	355	535	8,9	6,3	4,9	5,7	4,2	21,7	29,6
Asia del Nordeste	10,1	41,3	111,5	195	293	9,9	6,8	4,9	5,7	4,2	11,9	16,2
Asia del Sudeste	8,2	28,4	69,9	123	187	8,7	6,2	5,1	5,8	4,3	7,4	10,3
Oceania	2,3	8,1	11,6	15	19	8,7	2,4	2,4	2,9	2,0	1,2	1,0
Asia Meridional	2,2	4,2	11,1	21	36	4,3	6,6	6,0	6,8	5,3	1,2	2,0
Europa	177,3	304,1	475,3	620	744	3,7	3,0	2,3	2,7	1,8	50,6	41,1
Europa del Norte	20,4	35,8	57,7	72	82	3,8	3,2	1,8	2,2	1,4	6,1	4,5
Europa Occidental	68,3	112,2	153,7	192	222	3,4	2,1	1,8	2,3	1,4	16,3	12,3
Europa Central/Oriental	26,6	58,1	95,0	137	176	5,3	3,3	3,1	3,7	2,5	10,1	9,7
Europa Meridional/Medit.	61,9	98,0	168,9	219	264	3,1	3,7	2,3	2,6	1,9	18,0	14,6
Oriente Medio	7,1	13,7	60,9	101	149	4,5	10,5	4,6	5,2	4,0	6,5	8,2

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT). Panorama OMT del turismo internacional 2014.

Una muestra de la relevancia del turismo y su reconocimiento internacional como industria generadora de empleo, divisas y crecimiento en los países en desarrollo es que en 2002 ha sido incluido en la agenda global para la reducción de la pobreza, con motivo del lanzamiento que conjuntamente la Organización Mundial de Turismo y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) hacen del concepto “Turismo Sostenible como una herramienta efectiva para la eliminación de la pobreza”.

El turismo, como actividad económica comporta una serie de impactos en la economía local, nacional e internacional. Así mismo, al ser una actividad relacionada con la prestación de servicios y que supone el desarrollo de determinadas infraestructuras y el aprovechamiento y disfrute paisajístico y de recursos naturales, los impactos del turismo también se pueden analizar en el medioambiente y en la sociedad en la que se desarrollan.

A continuación, describiremos los efectos e impactos más importantes del turismo, tanto positivos como negativos en estos tres campos mencionados.

Impactos socioculturales del turismo

La actividad turística constituye un marco en el que, generalmente, entran en contacto personas de bagajes culturales y socioeconómicos muy diferentes, ya que implica el desplazamiento de turistas a una región distinta del lugar de residencia habitual. Los impactos socioculturales en un destino turístico son el resultado de dichas relaciones sociales mantenidas durante la estancia de los visitantes en el mismo, cuya intensidad y duración se ven afectadas por factores espaciales y temporales restringidos.

Según De Kadt (1979: 50), el encuentro entre turistas y residentes tiene lugar en tres contextos principales:

- Cuando el turista compra un bien o servicio al residente
- Cuando ambos comparten los mismos espacios físicos (playas, paseos, etc.)
- Cuando ambos intercambian información y/o ideas

Los dos primeros son los contactos más frecuentes, sobre todo en el turismo de masas, en el cual los turistas no tienen interés en introducirse en la cultura local de la región visitada.

Como afirman Mathieson y Wall (1982: 121): “El turismo de masas está rodeado por, pero no integrado en, la sociedad receptora”.

Según Pearce (1989), incluso cuando la toma de contacto entre turistas y residentes no es muy profunda, la mera observación del comportamiento de los visitantes puede inducir cambios en las actitudes, valores y comportamientos por parte de los habitantes de la región receptora: es el llamado *efecto demostración*.

Por lo tanto, además de los impactos producidos por el contacto directo entre turistas y residentes, se han descrito impactos socioculturales indirectos, refiriéndose a los cambios sociales que acompañan al establecimiento de nuevas formas de comunicación, transporte e infraestructuras propias de la actividad turística. Y también impactos inducidos que aparecen por el aumento del nivel de vida aportado por el turismo.

También hay que destacar que el turismo puede influir directamente en la estructura social de una región o país, debido al incremento del bienestar económico de los residentes por el empleo en el sector turístico, o por la migración rural.

Algunos de los impactos socioculturales positivos son:

1. Mejora de las facilidades e instalaciones del destino: la calidad de vida de los residentes aumenta al beneficiarse de las mejoras en la atención sanitaria, alumbrado, recogida de basuras, mejora de las comunicaciones, nuevas sucursales de entidades financieras, etc.
2. Recuperación y conservación de valores culturales: puede ayudar a estimular el interés de los residentes por la cultura propia, puesto que los elementos culturales con valor para los turistas se recuperan y conservan, de manera que puedan ser incluidos en la experiencia turística. El turismo contribuye a la preservación y rehabilitación de monumentos y a la revitalización de las costumbres locales
3. Impacto positivo del efecto demostración: el turismo puede ser un factor que acelere los cambios sociales positivos en una comunidad, puede ser beneficioso si anima a los residentes a luchar y/o trabajar por cosas de las que carecen.
4. Aumento de la tolerancia social: aunque es un efecto un tanto idealizado ya que muchas de las formas actuales de turismo no lo favorecen.

Algunos impactos socioculturales negativos son:

1. Diferencias sociales entre visitantes y residentes: en algunos países en vías de desarrollo se ha extendido entre la población local un cierto resentimiento hacia el turismo internacional. Son focos de tensión social la aparición de guetos de gran lujo en lugares dominados por la pobreza, la ocupación de los puestos de trabajo más cualificados por trabajadores extranjeros o la menor retribución salarial de los trabajadores nacionales.
2. Impacto negativo del efecto demostración: puede producir una desculturización del destino, debido a la mercantilización excesiva de las tradiciones locales, despojándolas de su verdadero significado.
3. Impactos del turismo de masas: determinados tipos de turismo, como el turismo de masas no permiten la existencia de un verdadero intercambio cultural entre visitantes y residentes, por lo que favorecen la difusión y permanencia de imágenes estereotipadas sobre determinados países y sus habitantes.
4. Exclusión social y económica de las comunidades locales del reparto de los beneficios turísticos. El tipo de gestión hotelera de *todo incluido*, mayoritaria en algunos países en desarrollo que ofrecen turismo de sol y playa, va a comportar ventajas fundamentalmente para los elementos más fuertes de la cadena turística, y desventajas para la economía del país, y más particularmente, para las comunidades en las que se enclava. Dichas desventajas se traducen en la aparición de núcleos de infraviviendas cercanas a los hoteles, y sobre todo, en la exclusión de estas comunidades en la participación de los beneficios vinculados al gasto de los turistas.
5. La integración vertical y también horizontal de las empresas turísticas, desencadenan una clara dependencia de los países pobres receptores de turismo, que se ve agravada por sus manifiestas carencias estructurales.

Tabla 4: Impactos socioculturales del turismo

Factores asociados con el turismo	Impactos positivos	Impactos negativos
El uso de la cultura como atracción turística.	Revitalización de las artes tradicionales, festivales y lenguas. Incremento de las culturas tradicionales	Cambio en las actividades tradicionales. Invasión de la privacidad.
Contactos directos entre turistas y residentes	Ruptura de los estereotipos negativos. Aumento de las oportunidades sociales.	Aumento comercialización. Introducción de enfermedades. Efectos demostración.
Cambios en la estructura económica y roles sociales	Mayores oportunidades económico-sociales. Disminución de desigualdades sociales.	Conflictos y tensión en la comunidad. Pérdida de lenguaje.
Desarrollo de infraestructuras	Aumento de las oportunidades de ocio.	Pérdida de acceso a las actividades de recreo y ocio.
Aumento de la población de turistas	Mejora de las condiciones sanitarias, educación y mejora de la calidad de vida.	Congestión, multitud, aumento de la criminalidad.

Fuente: Organización Mundial del Turismo, 1997

Algunos principios a tener en cuenta para que el desarrollo de la actividad turística minimice los anteriores impactos son la importancia del consenso de la comunidad en la toma de decisiones, la participación de la comunidad local y la concienciación de los turistas sobre los efectos que su presencia puede ocasionar.

Impactos medioambientales del turismo

La realización de toda actividad económica implica la utilización de unos recursos y, en consecuencia, el entorno donde ésta se realiza resulta necesariamente afectado. Concretamente, la actividad turística tiene impactos considerables sobre el entorno.

Stankovic (1991) afirma que “el turismo es un consumidor específico de recursos naturales, ya que éstos constituyen la base para el desarrollo de la actividad turística”. Y debido a los límites en la capacidad de adaptación de los ecosistemas, algunos destinos han mostrado signos de crisis y estrés que exigen un cambio de actitud de los actores implicados en la actividad turística: las empresas, las instituciones públicas, la población residente y los turistas.

Las sociedades de los países desarrollados están mostrando un creciente interés por estas cuestiones. Tanto la denuncia de los especialistas, como las presiones de los medios de

comunicación o la legislación desarrollada recientemente en la Unión Europea (UE), han contribuido a concienciar a la población. Incluso algunas empresas privadas se han sumado a este movimiento, ya que el cumplimiento de la regulación legal puede contribuir a la eficiencia de los costes, aumentando el atractivo para el consumidor y ofrece una buena imagen de empresa.

Sin embargo, en los países menos desarrollados su prioridad es elevar el nivel de vida de la población y su desarrollo económico está basado en la explotación de los recursos naturales. Para ellos el turismo es una oportunidad para generar ingresos y empleo en la población, lo que hace que se tomen decisiones cortoplacistas para maximizar estos ingresos sin tener en cuenta el deterioro del medio ambiente y el riesgo que el mismo deterioro supondrá para el bienestar de las generaciones futuras y también para la generación de ingresos.

El bajo respeto a las normas medioambientales por parte de los hoteleros, muchas veces responsables del deterioro ambiental en los lugares de destino y sus entornos, ha conducido en muchos casos a violaciones como construir hoteles encima de humedales y manglares, destrozado de las barreras naturales de corales, manejo inadecuado de aguas residuales y residuos sólidos hoteleros, salinización del agua potable, privatización de las playas, etc.

Algunos de los impactos medioambientales positivos son:

1. Revalorización del entorno natural: las situaciones de crisis y saturación de los destinos han propiciado la aprobación de medidas de conservación y mejora de la calidad ambiental. Ya que un entorno bien preservado tiene un valor real para la actividad turística, el turismo puede contribuir a revalorizar el entorno natural de una zona.
2. Adopción de medidas para preservar los tesoros de la zona: como por ejemplo la creación de parques naturales, que en algunos países de África es clave para preservar especies en peligro de extinción. También la restauración y conservación de edificios y lugares históricos está estrechamente relacionada con la actividad turística.
3. Estándares de calidad: que han favorecido la apreciación y toma de conciencia de la importancia que tienen los recursos medioambientales en la experiencia turística. Un claro ejemplo es la aplicación del Programa de Banderas Azules de la Unión Europea.

4. Mayor involucración de la administración: el turismo ha sido responsable de la introducción de iniciativas de planificación por parte de la Administración, con el fin de mantener y controlar la calidad ambiental. En algunos casos estas iniciativas han llegado cuando ya existía un elevado grado de deterioro ambiental. Según Lea, “la expectativa de aumentar el número de visitantes contribuye a aumentar los esfuerzos para la conservación y planificación, especialmente cuando la actividad turística es contemplada como una actividad importante en la generación de recursos y empleo”.

Algunos de los impactos medioambientales negativos son:

1. Arquitectura no integrada en el paisaje: contaminación arquitectónica, debida a construcciones que no siguen las formas habituales de las zonas receptoras y las tradiciones urbano-arquitectónicas de la zona.
2. Tratamiento de residuos: en algunas zonas turísticas saturadas surgen problemas con el tratamiento de basuras y la depuración de las aguas residuales, ya que se requieren inversiones elevadas con las que no cuentan las autoridades locales.
3. Contaminación: contaminación acústica y polución del aire.
4. Erosión de la zona: en las zonas montañosas, la utilización de bicicletas de montaña y vehículos todo terreno, además de perturbar la tranquilidad del entorno, afectando al hábitat natural ocasiona problemas de erosión.
5. Rivalidad en la utilización de recursos naturales: se produce una competencia entre el turismo y otras actividades económicas. Se refleja especialmente en la utilización del suelo y de los recursos hídricos.

Impactos económicos del turismo

Como ya hemos visto en el epígrafe de Importancia del Sector Turístico, dicho sector es una importante fuente de ingresos en muchos países, tanto desarrollados como en desarrollo, teniendo un importante impacto en la economía en general.

Debido a las características específicas de la economía de los países menos desarrollados la rápida inyección de capitales e inversión extranjera derivados del turismo tiene efectos más significativos en estos países.

Además, los defensores del desarrollo turístico destacan que el turismo también genera empleo y, a largo plazo, puede ser un sustituto de las exportaciones tradicionales, cuyo futuro es más inseguro que el del turismo.

Aunque son varios los beneficios económicos del turismo, hay que reconocer que el desarrollo turístico lleva asociados una serie de costes en el destino en el que tiene lugar. A continuación vamos a analizar más detalladamente ambos aspectos del turismo.

Los principales beneficios económicos del turismo son:

1. Contribución al equilibrio en la balanza de pagos: el turismo es una forma rápida de obtener divisas que equilibran la balanza de pagos de los países receptores. Hay varios tipos de efectos: los primarios, que se refieren a los gastos directos realizados por los visitantes internacionales en un país, y por los nacionales de ese país en el extranjero; los efectos secundarios, producidos por el gasto turístico a medida que éste se filtra en la economía local; y los efectos terciarios, que son los efectos monetarios que no han sido iniciados directamente por el gasto turístico pero que están relacionados con la actividad turística de alguna manera.
2. Contribución al Producto Interior Bruto (PIB): es uno de los efectos positivos más comúnmente descritos y esgrimidos por los defensores del desarrollo turístico, por su potencial para generar ingresos y riqueza.
3. Contribución a la creación de empleo: debido a la dependencia de la industria turística del factor humano, hay una relación directa en la generación de empleo. Se suele diferenciar el empleo directo, indirecto y el empleo inducido.

Tradicionalmente el turismo se ha caracterizado por requerir un gran número de trabajadores, sin que importara demasiado la cualificación profesional, y que tenían una dedicación a tiempo parcial a esta actividad. Actualmente esta tendencia está cambiando, ya que para ofrecer unos servicios turísticos de calidad se exige una mayor especialización y formación del personal.

4. Motor de la actividad empresarial: debido a la conexión entre el turismo y otros sectores de la economía, el crecimiento de la demanda turística estimulará el crecimiento de la demanda de bienes locales y del nivel económico del destino en general.

Por otra parte, el turismo requerirá de determinadas infraestructuras de las que se benefician el resto de sectores de la economía así como la población residente. Así por ejemplo, un aeropuerto mejora el acceso a las zonas turísticas, y a la vez facilita los intercambios industriales y comerciales de la comunidad residente.

5. Contribución al aumento y distribución de la renta: el turismo no solo aumenta la renta en el área en la que se desarrolla, sino que también mejora su distribución. Representa una posibilidad de mejora económica en el nivel de vida de la población residente, ya que contribuye a la generación de empleo e ingresos de manera directa e indirecta como hemos resaltado en los puntos anteriores.

El desarrollo de la actividad turística lleva aparejado, como cualquier otra vía de desarrollo, ciertos costes que deben de ser considerados junto con los beneficios, para poder evaluar los impactos económicos del turismo sobre un destino. Los principales costes o impactos económicos negativos del turismo son:

1. Coste de oportunidad: puesto que los recursos de un destino son limitados, ya sean naturales, sociales o culturales, el hecho de aplicarlos a la actividad turística en lugar de a otros usos tiene un coste de oportunidad que debe de ser evaluado.

2. Costes derivados de las fluctuaciones de la demanda turística: dada la interdependencia entre el turismo y los demás sectores económicos de la economía, la caída de la demanda turística afecta a la economía en general. Hay que tener en cuenta que la demanda turística es muy estacional y muy sensible a las variaciones de los precios, a los cambios en las tendencias económicas, a los cambios políticos y a las modas.

Una caída de la demanda turística provoca una disminución de la demanda de bienes locales, menos ingresos en forma de beneficios y salarios, menor poder adquisitivo por parte de la población local, etc. Esta situación se ve agravada si se crea una economía excesivamente dependiente del turismo.

3. Posible inflación derivada de la actividad turística: debido a que los turistas suelen tener un poder adquisitivo importante, pueden afrontar la subida de precios de los productos y servicios ofrecidos en el destino, que han sido aumentados por los proveedores locales para aumentar sus beneficios. Sin embargo, la población local suele compartir los mismos proveedores con los turistas, pero con un menor poder adquisitivo, lo que se traduce en un menor poder adquisitivo de la comunidad residente.

4. Dependencia del capital inversor extranjero: se suele producir en los países menos desarrollados, donde un número elevado de instalaciones turísticas pertenece a inversores extranjeros, y por lo tanto, la mayor parte de los beneficios obtenidos con la actividad realizada en los mismos sale fuera de las fronteras del país de acogida para ser repartidos

en los países de origen de los inversores. Las fugas de riqueza se estima que pueden suponer cifras por encima del 80% del valor económico generado.

5. Distorsiones en la economía local: se puede producir una competencia del turismo con otros sectores económicos. Por ejemplo cuando el desarrollo turístico se concentra en una sola región, dejando otras zonas aisladas sin posibilidad de desarrollarse económicamente en cualquier otro sentido. O cuando un destino turístico con numerosas facilidades laborales atrae a trabajadores de otros sectores económicos, privándolos del capital humano necesario para su desarrollo.

Todos estos costes pueden ser evitados o minimizados a priori con una adecuada planificación del desarrollo turístico y gestión de los recursos turísticos del destino; o pueden ser corregidos a posteriori mediante el ejercicio de una adecuada política turística que adopte las medidas correspondientes.

Turismo sostenible

Durante las últimas décadas, y con la intención de hacer frente a los efectos negativos del turismo, han aparecido otras formas de turismo más respetuosas con el medio ambiente y mejores desde un punto de vista social y económico.

Aparece un nuevo enfoque de turismo que contribuye al desarrollo sostenible, y que se encuentra integrado en el entorno natural, cultural y humano, que comporta solidaridad, cooperación y respeto.

Principalmente podemos destacar el concepto de turismo sostenible. En 1988 la Organización Mundial del Turismo se decantó por un turismo sostenible, definido como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (www.sdt.unwto.org recuperado el 28 de agosto de 2015). Y como agencia especializada de las Naciones Unidas, la OMT está comprometida para conseguir alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) a través de la promoción del desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible universalmente.

Se pretende compatibilizar el desarrollo turístico y la conservación de los recursos utilizados en dicho desarrollo. Se trata de adoptar una visión a largo plazo, centrada en la preservación de los elementos que han originado el destino turístico. La protección del medio ambiente puede aportar ventajas a los mercados turísticos, como mayor satisfacción de los consumidores, oportunidades de inversiones futuras, un estímulo para el desarrollo económico y mayor bienestar de la sociedad local. El objetivo de la actividad económica y el objetivo ecológico deben de verse como compatibles.

Según la OMT, las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se deben aplicar a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Incluso lo que hoy en día se conoce como turismo verde, turismo alternativo, turismo rural, ecoturismo, etc. tiene un impacto que no debe de ser menospreciado. La fórmula sol y precios bajos, que había dado buenos resultados en décadas anteriores, está siendo sustituida por destinos alternativos, capaces de responder a las expectativas de un entorno natural no degradado. Paradójicamente, este cambio de interés también puede volverse en contra de espacios con un elevado valor ecológico.

No existe un modelo de turismo sostenible aplicable universalmente, ya que el impacto del turismo varía dependiendo de las características de la sociedad anfitriona y de su contexto. En cambio, sí hay modelos de desarrollo turístico que, sean cuales sean las características sociales, económicas y medioambientales del destino siempre serán insostenibles, como son el turismo masificado, el turismo sexual o los desarrollos turísticos a pequeña escala controlados por agentes foráneos.

El turismo responsable no aparece como un tipo o modelo de turismo específico, sino como un movimiento:

- Que busca establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino, para lo que se han de tener en cuenta sus variables sociales, económicas y medioambientales.

- Que denuncia los impactos negativos que el turismo conlleva o puede conllevar en las sociedades anfitrionas, así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer.
- Que valora y reclama la responsabilidad de turistas, tour-operadores, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles.

Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

- Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

Según Esteban, “las nuevas demandas de turismo sostenible son la calidad de los productos turísticos y la satisfacción de los turistas, que cada vez están unidos a la sostenibilidad; los niveles de sostenibilidad de los destinos turísticos están diferenciados, con distintos patrones de calidad en función de la modalidad turística: litoral, espacios naturales, rural, urbano y cultural; los destinos turísticos tradicionales de litoral muestran una urgente necesidad de renovación; los distintos segmentos demandan cada vez más actividades de ocio activo, naturaleza y cultura, adaptadas a cada uno de los tipos

identificados; existe una presión creciente de residentes y turistas por un desarrollo turístico sostenible y se demanda más calidad, más riqueza de oportunidades y mayor preservación y autenticidad del entorno cultural y ambiental de los destinos visitados” (Esteban, 2003:31).

Las tendencias del turismo sustentable o sostenible pueden resumirse en los siguientes temas: preferencia por viajes con el menor impacto ambiental, elegir los destinos en base a sus atractivos naturales promoviendo su conservación, preferencia por hoteles que cuenten con certificaciones ambientales, interés sobresaliente en la cultura y la sociedad del lugar que se visita y disposición de pagar un precio elevado si éste constituye un mayor beneficio para la comunidad local.

Según Grifols (Grifols, 2003: 95), el turismo sostenible debería de contener las siguientes premisas:

- a. Ecológicamente aceptable: que sea respetuoso con el entorno y reduzca los impactos negativos
- b. Socialmente justo: que toda la población se beneficie de la actividad turística y se potencien los valores de la población local
- c. Económicamente viable: que sirva para acumular el nivel económico, la creación de empleo y la calidad de vida de la población local
- d. Durable: económicamente viable a largo plazo, planificado y bien gestionado, que implique la no-masificación y un débil impacto
- e. Respetuoso con el medio: adaptado a la capacidad de carga de los espacios naturales y culturales, minimizando los efectos estacionales
- f. Integrado/diversificado: adaptado a la personalidad del sitio, basado en empresas locales y que no exista la mono-funcionalidad turística.
- g. Participativo: con la participación de todos los actores y una implicación de la población local.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) intenta integrar el turismo sistemáticamente en la agenda global de desarrollo. Dentro de los trabajos de transición entre los Objetivos de Desarrollo del Milenio y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda post 2015, se están haciendo esfuerzos para identificar las oportunidades que el turismo tiene como catalizador del cambio para el desarrollo.

Durante los últimos años se ha reconocido claramente al turismo como una poderosa herramienta que contribuye a resolver retos globales como el cambio climático, la erradicación de la pobreza y el desarrollo sostenible.

En la Asamblea General de Naciones Unidas en 2010 se reconoció el rol del turismo para el desarrollo sostenible y la erradicación de la pobreza, adoptando 3 resoluciones distintas que cubren la implementación del Código Ético Global para el Turismo, la promoción del ecoturismo y la importancia del turismo sostenible en los Estados en Desarrollo de Pequeñas Islas (SIDS).

Además, el rol del turismo se presentó en la Conferencia de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas Rio+20, en el Punto de Acción de Estambul (PoA), en el Punto de Acción de Viena, y en la cumbre “*SIDS Accelerated Modalities of Action*”. En 2016 el turismo sostenible será discutido en la 3ª Conferencia Habitat de la ONU, como catalizador de cambio para el desarrollo urbano sostenible.

En la Cumbre Rio+20 se afirmó que un turismo bien diseñado y gestionado puede contribuir de manera significativa a las tres dimensiones del desarrollo sostenible (protección medioambiental, equidad social y cohesión y prosperidad económica), tiene relaciones con otros sectores y puede crear trabajos decentes y oportunidades comerciales. Se reconoce que se debe de motivar la promoción e inversión en turismo sostenible, incluyendo el eco-turismo y el turismo cultural. Dicha promoción puede ser a través de la creación de pequeñas y medianas empresas, o facilitando financiación incluyendo los microcréditos en áreas con alto potencial en eco-turismo. También se reconoció la necesidad de establecer guías y regulaciones de acuerdo a las prioridades nacionales y de una legislación para promocionar y apoyar el turismo sostenible.

A partir de los años 80 se han consensuado distintas normas internacionales con el mismo fin, aunque sin valor vinculante. Entre estas normas se encuentran: la Agenda 21 para el Turismo, el Código de Conducta Contra el Turismo Sexual Infantil, el Código Ético Mundial para el Turismo, y la iniciativa ST-EP, a las que acompañan otras surgidas desde institutos privados de investigación, sector privado y Organizaciones No Gubernamentales (ONG), como son la *Pro-Poor Tourism (PPT)* o la *Tour Operators Initiative*.

La OMT ha promocionado el uso del turismo sostenible desde los años 90, como instrumento esencial para la preparación de políticas, planificación y gestión de estos procesos en los destinos turísticos.

El modelo de turismo sostenible ha paliado en gran manera la devastación que supuso el modelo de crecimiento extensivo que ejercía un importante impacto en los recursos naturales.

Algunas iniciativas y líneas de trabajo de la OMT para la promoción del turismo sostenible incluyen:

- Programa de ética y responsabilidad social: se ocupa de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Se centra en cuestiones tales como la protección de los niños, la igualdad entre los géneros, el turismo accesible, el patrimonio cultural inmaterial, las migraciones, la facilitación de los viajes (especialmente para personas con VIH/SIDA), la protección de los consumidores y las empresas, la defensa de los derechos humanos y la lucha contra la discriminación.

- Código Ético Mundial para el Turismo: es el marco fundamental de referencia para el turismo responsable y sostenible. Está compuesto por un conjunto de principios concebido para orientar a los principales actores del desarrollo turístico. Está dirigido a gobiernos, empresas turísticas, comunidades y turistas, y su objetivo es ayudar a maximizar los beneficios del sector minimizando a la vez las posibles consecuencias negativas para el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades. Se aprobó en 1999, y aunque no es jurídicamente vinculante, incorpora un mecanismo de aplicación voluntaria a través de su reconocimiento del papel del Comité Mundial de Ética del Turismo

- Comité Mundial de Ética del Turismo: apoya la aplicación del Código Ético para el Turismo. Las partes pueden remitirle cualquier cuestión relativa a la aplicación e interpretación del documento.

- Protección de los niños en el turismo: trabaja a través de los esfuerzos de la Red Mundial del Turismo para la Protección de los Niños. La Red, de carácter abierto, aspira a prevenir todas las formas de explotación de niños y jóvenes en el sector turístico, incluidas la explotación sexual, el trabajo infantil y la trata de niños. Sus reuniones sirven de plataforma a los agentes turísticos para intercambiar experiencias y buenas prácticas,

y en ellas participan gobiernos, empresas turísticas, organizaciones internacionales, organizaciones no gubernamentales y asociaciones de prensa.

- **Turismo Accesible:** la Organización Mundial de la Salud (OMS) calcula que el 15% de la población mundial (mil millones de personas) vive con algún tipo de discapacidad. Para la OMT, la accesibilidad a todas las instalaciones, productos y servicios turísticos deberían ser un componente esencial de cualquier política de turismo responsable y sostenible.

- **Género y Turismo:** en la mayoría de las regiones del mundo la mano de obra en el turismo está integrada en su mayor parte por mujeres, que tienden a concentrarse en los empleos más humildes y peor remunerados, o a realizar un volumen importante del trabajo no remunerado en negocios turísticos familiares. Por esta razón se ha incluido la perspectiva de género en diferentes foros, para que ocupe un lugar prioritario en el sector turístico, para promover la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de las mujeres. En el contexto del turismo responsable y del desarrollo local, la OMT ha confirmado que el turismo puede actuar como vehículo de empoderamiento de la mujer, poniendo de relieve los restantes retos para la igualdad de género en el turismo.

Para la puesta en marcha del turismo sostenible es necesario que los distintos agentes se impliquen en la consecución de sus objetivos. Algunas de las acciones que debe de realizar cada agente son:

- **Gobiernos:** trabajar junto con los empresarios en el desarrollo de políticas sustentables, proporcionar una política de incentivos que favorezca un crecimiento equilibrado, elaborar un programa de evaluación de impactos sobre los destinos turísticos, controlar la capacidad de carga de los mismos, crear auditorías de calidad ambiental, o incluir el turismo en los planes de gobierno.

- **Comunidades locales:** proporcionar interacciones culturales entre la comunidad local y los visitantes, proporcionar servicios al visitante, potenciar los productos locales, tomar decisiones e iniciativas respecto al diseño de los proyectos, participar con los costes de los proyectos, o proteger las normas culturales.

- **Industria turística:** buen tratamiento de los residuos sólidos y líquidos, adoptar técnicas energéticas eficientes, minimizar riesgos de intoxicaciones, proporcionar una guía o información a los turistas con el fin de orientarles en un comportamiento

responsable, incorporar valores medioambientales en los procesos de decisión empresarial, generar auditorías propias medioambientales.

- Turistas: elegir destinos con responsabilidad medioambiental, integrarse con las comunidades autóctonas, realizar actividades con escaso impacto, apoyar las actividades de conservación del medio ambiente.
- ONG: participar en los comités de control medioambiental, crear acciones de apoyo al desarrollo sostenible, control de los impactos de comunidades locales.

2. CAPITAL SOCIAL

En este apartado abordaremos el concepto de capital social y su uso en el campo del desarrollo. Haremos una aproximación a la definición de capital social, su tipología y dimensiones, así como a los debates sobre las limitaciones y críticas planteadas en los últimos años.

Concepto y definiciones

El capital tradicionalmente se ha entendido como un concepto económico, aunque ha probado ser un enfoque limitado para estudiar muchos aspectos de las transacciones diarias que no necesariamente se miden o describen en términos económicos. De esta manera, surgen otras formas de *capital*, como el capital social.

De igual forma, en el campo del desarrollo, la visión tradicional ligaba el desarrollo con el crecimiento económico, dejando de lado otras dimensiones de tipo cualitativo. Así, posteriormente se han incorporado otras dimensiones, como la perspectiva del capital social, que contempla las relaciones sociales como un activo más.

“Mientras que el capital económico está en las cuentas bancarias de las personas y el capital humano está dentro de sus cabezas, el capital social es inherente a la estructura de sus relaciones. Para poseer capital social, una persona debe relacionarse con los otros, y son los otros, y no ella misma, los que son la fuente de su ventaja” (Portes, 1998).

El capital social es un concepto de reciente y creciente aplicación en los estudios sobre desarrollo. Se refiere a una realidad menos tangible que el capital humano (conocimientos) o el capital físico (bienes materiales), pero resulta también decisivo para la actividad productiva, la satisfacción de las necesidades personales y el desarrollo comunitario.

Pese a que no hay un consenso en su definición, algunos autores han señalado que representa una poderosa herramienta en la investigación social contemporánea, cuyo

atractivo consiste en que implícitamente contiene un centro de interés capaz de constituir un campo compartido de investigación y de discusión interdisciplinaria.

Como el concepto de capital social ha sido estudiado desde diferentes disciplinas (sociología, ciencias políticas, historia económica, economía, etc.) y debido a que es un concepto relativamente nuevo, no existe una única definición que logre reunir el consenso de la pluralidad de los investigadores. Sin embargo, la mayoría de las definiciones hacen referencia a los términos: redes, acción colectiva, estructura social y confianza.

La primera definición de capital social se atribuye a Hanifan en 1916, en un artículo sobre el apoyo local a escuelas rurales. Lo define como “aquellos componentes intangibles [que] cuentan muchísimo en las vidas cotidianas de la gente, específicamente: la buena voluntad, el compañerismo, la empatía y las relaciones sociales entre individuos y familias que conforman una unidad social... Si [un individuo establece] contacto con sus vecinos y éstos con otros vecinos, se producirá una acumulación de capital social que, posiblemente, satisfaga al instante sus necesidades sociales y entrañe, a la vez, un poder social suficiente como para generar una mejora sustantiva de las condiciones de vida de toda la comunidad” (Hanifan, 1916:130).

Este término ganó peso a finales del siglo XX, gracias al desarrollo teórico de Pierre Bourdieu, Robert Putnam, James Coleman y el Banco Mundial (BM).

Bourdieu (1986) utilizó el término en sus estudios sobre la estratificación social desde la perspectiva de los campos. Para él, el capital social es el conjunto de los recursos reales o potenciales que están vinculados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuo. Y se consigue a través de la red de relaciones que establece el agente o individuo por el campo, entendido como un espacio de juego con instituciones específicas y reglas de juego propias. La unidad de análisis está a nivel individual o de clase social.

Se suele considerar que fue James Coleman quien primero planteó el enfoque del capital social en su forma moderna, en su artículo “Capital social para crear capital humano” en 1988. Lo define como ciertos aspectos de las relaciones sociales que constituyen recursos intangibles inherentes a ellas -que surgen de las relaciones sociales y que se asocian con ellas- y que pueden ser apropiados o usados por los actores en su beneficio. Y añadió que se define por su función. Para él, la unidad de análisis es la comunidad o la familia.

Putnam (1993) define el capital social como los aspectos de las organizaciones sociales, tales como las redes, las normas y la confianza que permiten la acción y la cooperación para el beneficio mutuo (desarrollo y democracia). La unidad de análisis está a nivel de la comunidad o región.

La definición de capital social del Banco Mundial incluye a las instituciones, relaciones y normas que conforman la calidad y cantidad de las interacciones de una sociedad. Y según esta definición, la cohesión social es crítica para que las sociedades puedan prosperar económicamente y para que su desarrollo sea sostenible.

Posteriormente Narayan y Pritchett (2000) proponen la siguiente definición de capital social:

“sea una “sociedad” constituida por N nodos distintos (los cuales pueden ser hogares, si se ignoran las relaciones intrahogar, o individuos). Entre dos nodos i y j hay una conexión direccional (no necesariamente simétrica) que puede llamarse la intensidad de una relación social dada entre i y j. Esta relación social puede ser desde una disposición o actitud (por ejemplo, un sentimiento de mutua confianza, una buena voluntad para posponer la reciprocidad en el cumplimiento de las obligaciones), a una identificación de parentesco, étnica o de grupo social culturalmente definida y construida (por ejemplo, primos, tribu o clan), hasta una unión o vínculo social adoptado voluntariamente (por ejemplo, un amigo o un miembro del mismo club de voluntarios). En esta abstracción de la sociedad una definición general de “capital social” es una cierta agregación de las relaciones entre los nodos.

La definición propuesta por Nahapiet y Ghoshal (1998:243) afirma que el capital social es “la suma de recursos actuales y potenciales incrustados dentro, y disponibles por, y derivados de la red de relaciones poseídas por un individuo o unidad social. El capital social comprende, entonces, tanto la red como los activos que podrían ser movilizados por medio de esta red”. Por ello, el capital social de un agente requiere específicamente, (1) un análisis estructural orientado a identificar y cuantificar la configuración de su red y, (2) un análisis relacional que determine cómo son las relaciones que puede mantener con otros agentes de la red.

Lin (2001) resume la idea común que subyace en la mayoría de las definiciones de capital social. Es la inversión en las relaciones sociales con beneficios esperados.

El capital social se crea cuando existen relaciones entre personas, y es menos tangible que el capital físico y que el capital humano. Hay que destacar que no es homogéneo, puede manifestarse de maneras distintas dependiendo de la región considerada, y las reglas que son válidas para un país no son aceptadas en otro.

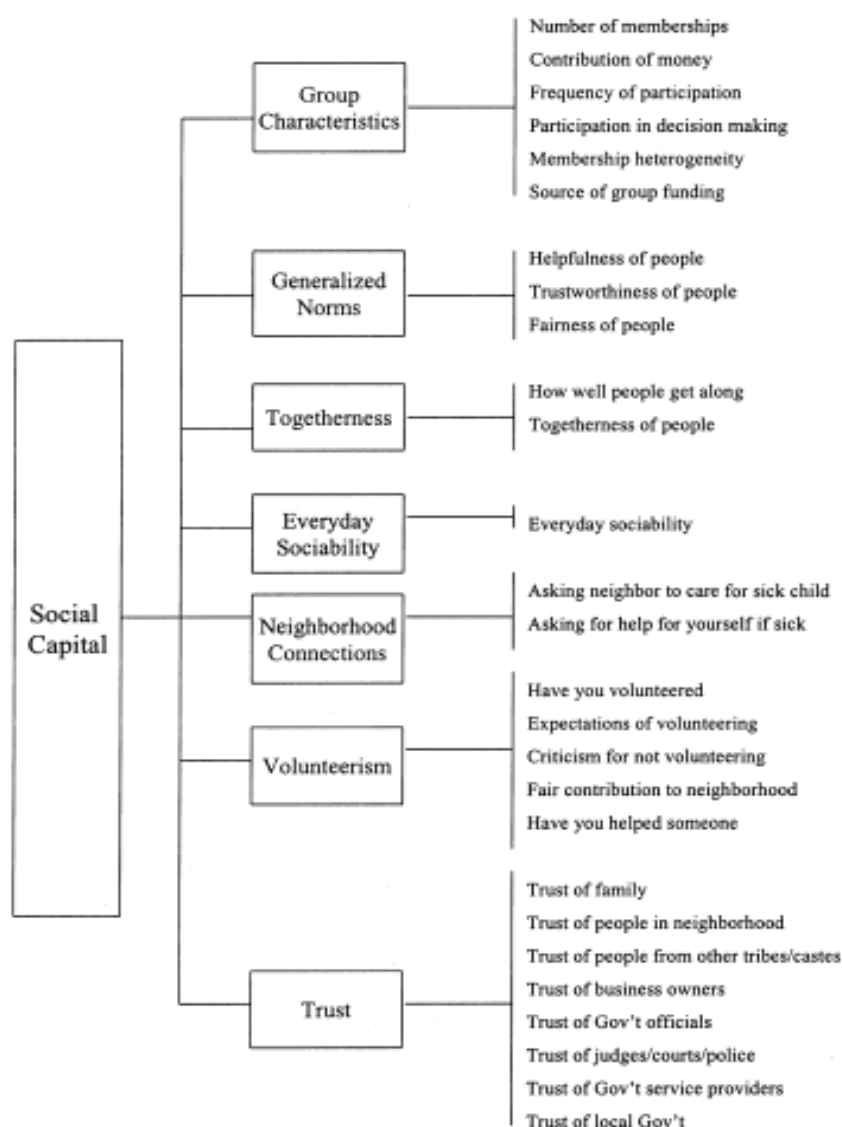
Dimensiones y medida del capital social

Se ha escrito mucho sobre cómo medir el capital social, y la dificultad estriba en que es un concepto abstracto y que requiere una interpretación subjetiva para traducirlo en medidas operativas. Un paso intermedio para definir y medir el capital social es desagrupar el concepto en sus dimensiones. Estas dimensiones son diferentes para cada autor, y son consideradas como variables para facilitar la medida del capital social.

Dimensiones del capital social

Para Narayan y Cassidy (2001), las dimensiones del capital social se agrupan en características grupales, normas generalizadas, unión, sociabilidad diaria, conexiones vecinales, voluntariado y confianza. La siguiente tabla muestra el detalle de las dimensiones incluidas en cada uno de los grupos:

Figura 4: Dimensiones del capital social según Narayan y Cassidy



Fuente: Narayan y Cassidy (2001)

El Banco Mundial define las siguientes variables para medir el capital social: participación en redes, reciprocidad, confianza, normas sociales, proactividad, solidaridad, acción colectiva y cooperación, cohesión social e inclusión, información y comunicación. En la siguiente tabla se describen estas dimensiones:

Tabla 5: Dimensiones del capital social propuestas por el Banco Mundial

Variable	Descripción
Participación en redes	Capacidad de formar nuevas redes, relaciones entre individuos y grupos.
Reciprocidad	Altruismo a corto plazo e interés personal en el largo plazo.
Confianza	Voluntad de aceptar riesgos. Se espera que las personas respondan de manera que ofrecen apoyo.
Normas sociales	Quienes conocen éstas normas no formales asumen comportamientos en un contexto social dado, obvia la necesidad de acciones legales e institucionalizadas
Proactividad	Involucramiento activo y reivindicativo de los ciudadanos en una comunidad.
Solidaridad	Pensamiento y actitudes de las personas para relacionarse con otros.
Acción colectiva y cooperación	Actividades organizadas en una comunidad para alcanzar metas precisas.
Cohesión social e inclusión	Capacidad y disposición para trabajar juntos en un objetivo común.
Información y comunicación	Difusión de la información, fomento del diálogo entre actores

Fuente: Banco Mundial

Bullen y Onyx (1998) identifican las siguientes dimensiones del capital social:

- Participación en la comunidad local
- Acción proactiva en el contexto social
- Sensación de confianza y seguridad
- Contacto con los vecinos
- Contacto con familias y amigos
- Tolerancia ante la diversidad
- Valoración de la vida
- Contactos laborales

Sudarsky (2000) realiza un análisis estadístico más detallado e identifica diez dimensiones en el cuestionario BARCAS (Barómetro de Capital Social de Colombia) relacionadas con el capital social. Las dimensiones son las siguientes.

- a. Participación cívica
- b. Confianza en las instituciones
- c. Solidaridad y reciprocidad
- d. Relaciones horizontales
- e. Conexión vertical
- f. Control social
- g. Republicanismo cívico
- h. Participación política
- i. Información y transparencia
- j. Medios de comunicación

La distinción realizada por Granovetter (1985, 1992) determina que el capital social está compuesto por incrustamiento (*embeddedness*) estructural y relacional. Su trabajo sobre la ubicuidad del incrustamiento social en el intercambio económico es un importante precursor del concepto de capital social y ha sido visto como un intento para analizar la organización social del sistema económico y de las relaciones sociales que lo motivan.

Nahapiet y Ghoshal (1998) distinguieron, en base a este postulado, entre dimensión (o incrustamiento) estructural y dimensión (o incrustamiento) relacional. La dimensión estructural abarca la interacción social, es decir, las características de los contactos de un agente en una estructura global de interacciones mientras que la dimensión relacional se centra en los recursos generados o intercambiados en las relaciones.

Existen otras dimensiones propuestas por diferentes organismos como el Grupo de Siena o el *Australian Boureau of Statistics*. En todos los casos estas dimensiones se basan en el concepto moderno de capital social y en sus definiciones.

Entre las dimensiones del Capital Social se suelen mencionar las siguientes (Gómez et al., 1999: 13): redes sociales; participación social y compromiso cívico; relaciones de confianza entre los actores; formas de organización; cooperación interinstitucional; normas de reciprocidad y sanciones contra el oportunismo.

Medición del capital social

Las conclusiones obtenidas de los estudios realizados hasta el momento sobre el capital social sugieren que los investigadores deberían centrarse en buscar mejores medidas sobre 3 cuestiones:

- a. Miembros en asociaciones locales y redes que son usadas como un indicador del capital social estructural
- b. Indicadores de confianza y adherencia a las normas
- c. Indicadores de acción colectiva.

La ausencia de un mercado para el capital social, dado que es un bien de carácter eminentemente público, hace muy difícil su valoración. Sin embargo, esta es inevitable si queremos que sea considerado como un factor que afecta al desarrollo.

En cuanto a la medida del capital social, la forma más común es a través de encuestas. Hay dos tipos: aquellas diseñadas específicamente como instrumentos de medida del capital sociales y aquellas encuestas generales que incluyen la medición de alguna dimensión del capital social. En el primer grupo, el de las encuestas específicas, se pueden destacar el Instrumento de Medida del Capital Social del Banco Mundial (*Social Capital Assessment Tool*) y el Estudio de Referencia del Capital Social Comunitario (*Social Capital Community Bechmarck*) de la Escuela Pública de la *Kennedy School*. En el segundo grupo de encuestas genéricas se puede citar la Encuestas Social de Estados

Unidos (*General Social Survey*), la Encuesta General de Familias inglesa (*General Household Survey*), la Encuesta Social General norteamericana (*General Social Survey*), la Encuesta Mundial de Valores (*World Values Survey*) o la Encuesta Social Europea (*Social European Survey*).

Además de las encuestas, algunos investigadores han preferido medir el capital social a través de experimentos económicos, esgrimiendo que la medida de la confianza es difícil y la utilización de cuestionarios puede tener una utilidad limitada en su medición. La mayoría de los experimentos son del tipo *trust games*, y pretenden medir la confianza y reciprocidad. Normalmente la confianza se mide en términos monetarios, por lo que quizás deberíamos hablar mejor del término *confianza económica* al analizar los resultados de dichos experimentos.

Clasificación y tipos de capital social

Se han definido diferentes perspectivas para abordar la clasificación del capital social. A continuación expondremos las principales.

Desde una perspectiva de redes o vínculos en las relaciones sociales, Woolcock define los siguientes tipos de capital social:

- a. Capital social *bonding* o de cohesión: hace referencia a las relaciones densas y cerradas entre las personas en situaciones similares, como la familia inmediata, amigos cercanos y vecinos. Se dice que es horizontal, se produce entre iguales de una comunidad, y es la forma más fuerte de capital social.
- b. Capital social *bridging* o que tiende puentes: abarca las relaciones más débiles entre personas o grupos diferentes, tales como amistades lejanas o compañeros de trabajo. Se dice que es vertical, se produce entre comunidades.
- c. Capital social *linking* o de vinculación: normas de respeto y relaciones de confianza entre personas que interactúan a través de gradientes de autoridad o poder en la sociedad. Permite así a los miembros aprovechar una gama mucho más amplia de recursos que están disponibles en la comunidad.

Putnam (1993) sugiere la existencia de tres dimensiones para poder medir el capital social, basándose en la clasificación anterior:

- **Vertical vs Horizontal:** las relaciones se pueden desarrollar entre individuos de distinta jerarquía o entre individuos situados a un nivel jerárquico similar.
- **Vínculos fuertes vs vínculos débiles:** los vínculos fuertes crean mayor solidaridad entre los miembros de la red, pero los vínculos débiles permiten el acceso a un conjunto más amplio y heterogéneo de relaciones.
- **Bridging vs bonding:** *bridging* (o capital social puente) hace referencia a las relaciones entre conocidos, amigos distantes y asociaciones, es decir, trata de relaciones entre miembros más heterogéneos y pertenecientes a distintas comunidades, mientras que el *bonding* (o capital social vínculos) son relaciones entre miembros homogéneos, es decir, familiares y amigos muy cercanos y pertenecientes a una misma comunidad.

Sobre esta clasificación se han basado algunos autores en estudios específicos. Este es el caso de Varshney (2001), quien estudió la correlación entre la presencia de redes interétnicas (*bridging*) versus redes intra-étnicas (*bonding*) en casos de étnica en la India. Según él, el *bridging* es un agente de pacificador porque establece puentes y controla tensiones, ya que constató que si las comunidades se relacionan solamente entre ellas mismas las interconexiones con otras comunidades son muy débiles o inexistentes, siendo más probable la violencia étnica.

Bandura (1996) afirmó que las personas están más dispuestas a tomar acción colectiva si tienen unos vínculos sociales fuertes y un alto estatus social. Así, el capital social *bonding* contribuye a aumentar las posibilidades de que las personas se muevan de sus intereses individuales dispersos hacia una acción colectiva mutuamente beneficiosa. Aunque la clave para predecir la acción colectiva ha sido tradicionalmente el status socioeconómico. Las personas con mayor status social, una combinación de educación y riqueza, es más posible que crean en su habilidad para influenciar las decisiones de gobierno y que tomen una acción colectiva.

Desde el punto de vista del ámbito que abarca diferenciamos:

- **Capital social individual:** está compuesto por la red de relaciones útiles que posee una persona y que le confieren la capacidad de obtener ventajas y beneficios.

- Capital social empresarial: conjunto de recursos movilizados mediante una red de relaciones sociales que proporcionan ventajas competitivas.
- Capital comunitario: perteneciente a los individuos que forman parte de las redes o grupos sociales. Se puede definir como la capacidad de actuar como un colectivo en busca de metas y beneficios definidos en común.
- Capital social público: se compone de las redes de relaciones existentes entre las organizaciones estatales y los agentes económicos y sociales que ayudan a realizar las tareas de una forma más eficaz.

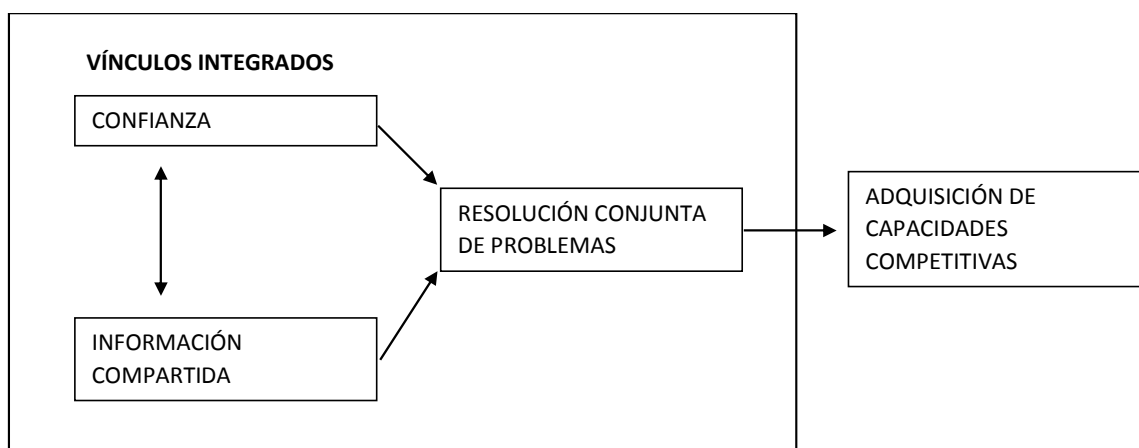
Desde la perspectiva de la estructura social:

- a. Capital social estructural: se refiere a elementos de la estructura social que crean oportunidades para la realización social con fines productivos. Según Norman Uphoff (2000), dicho capital social facilita la acción colectiva mutuamente beneficiosa.
- b. Capital social cognitivo: incluye normas compartidas, valores, actitudes, y creencias. Predispone a las personas para la acción colectiva mutuamente beneficiosa.
- c. Capital social relacional: se basa en las características de las relaciones sociales entre individuos, y se suele describir incluyendo confianza e integridad.

Hay otros muchos ejemplos de clasificaciones en la literatura, por ejemplo, si las relaciones son fuertes o débiles; verticales (operan a través de estructuras jerárquicas formales) u horizontales (en las que la autoridad es más descentralizada; abiertas (comprometida cívicamente) o cerradas; geográficamente dispersas o circunscritas.

Algunas investigaciones apuntan que las relaciones o vínculos integrados incluyen la información detallada compartida, altos niveles de confianza y la resolución de problemas conjunta (Uzzi, 1997), y relacionan estos componentes con la adquisición de capacidades. Según McEvily y Marcus (2005), aunque la confianza y la información compartida son importantes para adquirir capacidades competitivas, la resolución conjunta de problemas ocupa un lugar más prominente, facilitando la adquisición de capacidades competitivas. Esta teoría se resume en la siguiente figura:

Figura 5: Vínculos integrados y adquisición de capacidades competitivas



Fuente: Elaboración propia a partir de McEvily y Marcus (2005)

Críticas al concepto de capital social

Algunos autores como Portes, Landolt, o Putzel sostienen que el capital social esconde un lado oscuro que puede llevar a la discriminación, la explotación, la corrupción y la dominación por mafias y sistemas autoritarios. Para Portes la sociabilidad puede ser fuente de *males públicos*, como la tendencia a desincentivar la iniciativa individual, la exclusión de los otros, la restricción de la libertad, y, aunque no lo dicen los principales críticos, la incitación de los conflictos intragrupal.

La manera en que el capital social se asienta en las estructuras sociales puede contribuir al bien común. Contrariamente, el impacto negativo del capital se da en grupos sociales poderosos y muy unidos, no responsables con la ciudadanía en general, y se evidencia por ejemplo, en la corrupción y el amiguismo en instituciones políticas.

Portes y Landolt (1996) sostienen que el capital social, en forma de redes y de comunidades corporativas, mata la iniciativa individual, y dan como ejemplo de ello el caso de individuos que, después de acumular un pequeño capital, tienen que gastarlo para responder a las peticiones de ayuda de sus parientes más pobres. Según Portes (1998), las normas de solidaridad y de asistencia mutua pueden dar origen a una actitud de

aprovechamiento injusto de los esfuerzos de los demás, en que se disipan las oportunidades de acumulación.

En cuanto a las redes sociales, además de sus efectos positivos, sus dimensiones también pueden tener consecuencias negativas. Según Uzzi (1997), cuando la estructura de una red que rodea a un actor es bastante densa (está compuesta por muchas uniones directas) es menos probable que las relaciones adicionales generen información adicional no redundante. Es decir, bajo estas circunstancias, aumentos en el número de relaciones directas de un actor reducen su rendimiento debido a que el coste de mantener una relación adicional excede los beneficios de la información que le aporta la misma.

Otras críticas al concepto de capital social son su vaga definición y la dificultad de medida que hemos comentado en apartados anteriores.

Capital Social y Desarrollo

Las teorías contemporáneas sobre desarrollo han ampliado su enfoque, ya no se contempla el crecimiento económico únicamente, sino que se incluye el desarrollo humano, social y sostenible. Este planteamiento implica la introducción de variables adicionales, que tengan en cuenta las instituciones (reglas formales, mecanismos de ejecución, procedimientos...) y los valores (confianza, cooperación,...). E incluye el capital social como un factor de producción que proporciona ventajas competitivas y contribuye a una mayor eficiencia de los procesos productivos, al igual que el capital humano, físico o natural.

Los valores asociados al capital social como la confianza, la reciprocidad, la fiabilidad, la participación o la cooperación, actúan como un lubricante de las relaciones económicas, disminuyendo los costes de transacción mediante el aumento de la circulación de la información, contribuyendo a la mayor rapidez en la resolución de los problemas y conflictos y a la relajación de los sistemas de control y rendición de cuentas, facilitando con ello el desarrollo socioeconómico.

Cuando todo lo demás permanece constante, se considera que el capital social es un elemento diferenciador que puede decantar la evolución de una comunidad o sociedad

hacia una situación mejor que si no existieran dichas relaciones de capital social. Es el elemento indispensable o catalizador, sin el cual muchos proyectos no generarían los resultados esperados en cuanto a mejora en las condiciones de vida de la población, empoderamiento y desarrollo en general. Es un hecho que países o comunidades con similares niveles de recursos naturales, de capital físico y de capital humano llegan a alcanzar cuotas de desarrollo económico diferentes con similares programas de desarrollo y recibiendo fondos de igual magnitud.

Se considera que el capital social es un recurso capaz de movilizar otros recursos para alcanzar el desarrollo, de forma que la inclusión de los aspectos relativos al capital social en los modelos de desarrollo, provocan una modificación de los resultados finales en sentido positivo. Una amplia línea de investigaciones enfocadas a registrar el capital social en acción está proporcionando continuamente nuevas evidencias sobre su peso en la contribución al desarrollo.

El problema para incluir al capital social en los modelos de desarrollo es el derivado de su medición. En la mayoría de estudios que relacionan desarrollo y capital social se usan las dimensiones de confianza y redes sociales para su medición. Además, habría que tener en cuenta la capacidad de trabajar en equipo (cooperar y coordinar) y la participación en organizaciones, la participación cívica, y la intensidad de las normas sociales.

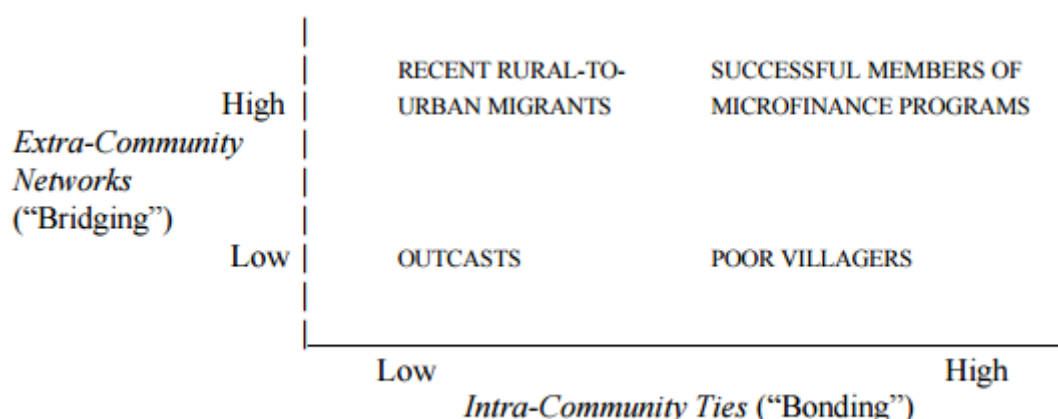
Varios autores han señalado que la creación de capital social viene dada por el incremento de la confianza de los miembros de una sociedad en sus propias estructuras sociales y en la cooperación. Según Arrow (2009), “prácticamente cada intercambio comercial tiene en sí mismo un elemento de confianza, y mucho más cualquier transacción que se prolongue a lo largo de un periodo de tiempo”.

En cuanto a las redes sociales, la participación de los individuos en las mismas se asocia con la presencia de capital social y con mejoras de la vida en sociedad. Además, las redes sociales son estructuras que permiten valorar el capital social de forma indirecta. Están formadas por los individuos, las instituciones políticas y los agentes económicos en que se estructura la sociedad. A través de la red se generan hábitos, normas, conductas, etc., que a su vez aumentan la confianza entre todos los elementos de la misma (entre individuos, entre individuos y el mercado, entre el mercado y las instituciones políticas, entre los individuos y las instituciones políticas) en un proceso de retroalimentación continua que lleva a la acumulación de capital social.

Woolcock y Narayan (2000) distinguen cuatro perspectivas en la relación entre capital social y desarrollo:

- **Enfoque comunitario:** asocia el capital social con las organizaciones locales. La densidad y número de éstos grupos se derivan siempre beneficios para las comunidades. En este enfoque destacan los estudios sobre la importancia de los lazos sociales para salir de la pobreza. Las principales críticas a este enfoque están relacionadas con el capital perverso que impide el desarrollo y sugieren que estas formas de capital en ocasiones generan externalidades negativas sobre las comunidades (aislamiento, discriminación, mafias) y los costes pueden superar a los beneficios obstaculizando el desarrollo.
- **Enfoque de redes:** insiste en la importancia de las relaciones verticales así como las horizontales entre los individuos, y de las relaciones que se dan dentro y entre las organizaciones. El principal reto de esta perspectiva es identificar las condiciones en las cuales es posible aprovechar los recursos que contienen las redes informales de las comunidades empobrecidas (*capital bonding*), mantener su integridad, eliminar en la medida de lo posible sus aspectos negativos y empoderarlas para ayudar a la generación de redes formales, mucho más ricas en recursos. Concluye que debe de haber dos dimensiones básicas a nivel comunitario: relaciones fuertes intra-comunitarias y redes débiles extra-comunitarias

Figura 6: Dimensiones del capital social a nivel comunitario



Fuente: Woolcock y Narayan (2000)

- Enfoque institucional: según esta perspectiva, la vitalidad de las redes comunitarias y la sociedad civil es el producto del entorno político, institucional y legal. A diferencia de los enfoques anteriores, aquí el capital social es una variable que depende del contexto institucional. La mala calidad de las instituciones (corrupción, clientelismo, nepotismo...) ralentizan los esfuerzos a favor del desarrollo.
- Enfoque sinérgico: integra el trabajo de los enfoques institucional y el de redes. Parte de la base de que los estados, empresas y comunidades no pueden por sí mismos promover el desarrollo sostenible. Es necesario complementar y asociar los distintos sectores entre sí y dentro de cada sector. El papel más importante corresponde al Estado, pues es quien está legitimado y puede facilitar las alianzas duraderas. Pero las relaciones estado-sociedad pueden degenerar en conflicto y violencia. Así, cuando a los ciudadanos se les despoja de bienes y servicios, el estado es sustituido por las redes informales, que pasan a convertirse en el pilar sobre el que se construyen las estrategias orientadas a afrontar la adversidad.

Tabla 6: Resumen de los elementos clave de las perspectivas de capital social y desarrollo

Perspectiva	Actores principales	Políticas a seguir
Perspectiva comunitaria Asociaciones locales	Grupos comunitarios Sector de voluntariado	“Lo pequeño es bello” Reconoce los bienes sociales de los pobres
Perspectiva de redes Bonding y bridging	Emprendedores Grupos de negocios	Descentralización Creación de zonas para emprendedores
Perspectiva institucional Instituciones políticas y legales	Sector privado y público	Da libertades sociales y civiles Transparencia, rendición de cuentas
Perspectiva sinérgica Redes comunitarias y relaciones estado-sociedad	Grupos comunitarios, sociedad civil, empresas y estados	Co-producción, complementariedad Participación, vínculos Ampliación de organizaciones locales

Fuente: Woolcock y Narayan (2000)

Una situación de capital social positivo para el desarrollo se aproxima a aquella donde:

- Existe un entramado sólido de relaciones sociales horizontales entre los miembros y actores de una comunidad o territorio, basadas en relaciones de confianza, solidaridad y apoyo mutuo recíproco, sin que éstas menoscaben la existencia de relaciones extracomunitarias suficientes.
- La historia, la cultura propia y la identificación con el entorno configuran una identidad colectiva.

- Las personas y las comunidades participan activamente en el diagnóstico de su situación, son capaces de generar visiones de futuro y de colaborar o cooperar para ello, aprendiendo de las experiencias de su propio proceso.
- Existen organizaciones comprometidas y enraizadas en la propia comunidad que sirven de cauce de colaboración y participación de las personas, teniendo las personas la capacidad de influir en las decisiones políticas que les afectan.
- Las organizaciones externas a la comunidad (ONG, poderes públicos, delegaciones del gobierno,...) están a su vez enraizadas con las personas y la comunidad, teniendo en cuenta su visión, necesidades, opiniones. Y éstas se coordinan para mejorar la acción de apoyo al proceso de la gente; los organismos y su personal son honestos, donde las reglas formales e informales del juego son claras y se respetan, donde existe, por tanto, confianza.

3. ANÁLISIS DEL FENÓMENO TURÍSTICO DESDE LA PERSPECTIVA DEL CAPITAL SOCIAL

La consideración de las comunidades receptoras en los estudios turísticos es relativamente reciente, ya que tradicionalmente se han enfocado al análisis de la oferta y la demanda, sin tener en cuenta el componente humano de los destinos, más allá de considerarlo como un recurso más.

También recientemente ha surgido una línea de investigación vinculada a la sociología del turismo y que se basa en el capital social, dado por las redes de relaciones sociales basadas en actitudes de confianza, reciprocidad y cooperación, que permiten alcanzar objetivos de desarrollo local.

En la monografía “La teoría del capital social: análisis de sus aportes y aplicación a estudios turísticos orientados al desarrollo” (2015) se hace una recopilación de diferentes estudios que vinculan el turismo y el capital social. Los resultados concluyen que existe una correlación positiva entre el capital social y el turismo. Además, dichos estudios evidencian la validez de la teoría del capital social en los estudios turísticos, como una herramienta que permite conocer la disposición de una comunidad para afrontar procesos de desarrollo turístico que contribuyan al desarrollo local. También permiten indagar en los impactos que la actividad turística produce en las comunidades, en términos de generación de una estructura de redes interdependientes de actores sociales, basados en la confianza, la reciprocidad y la cooperación.

En este aspecto, cabe esperar que el turismo sea una fuente de capital social, por su naturaleza relacional y llegada de visitantes a comunidades locales provenientes de diferentes lugares. Es decir, por su naturaleza, implica necesariamente en la mayor parte de transacciones y servicios la interacción entre personas. Y como hemos visto en el apartado del capital social, las relaciones humanas generan capital social.

Esta llegada de turistas supone relaciones sociales entre diferentes grupos, es decir, entre grupos heterogéneos. Desde una perspectiva económica, varios estudios recientes conducidos como parte del Estudio de las Instituciones a Nivel Local del Banco Mundial (Grootaert y Narayan, 2000) confirman la importancia de la heterogeneidad en los miembros de un grupo y los resultados económicos. Este patrón de resultados se encontró en zonas rurales de Tanzania (Narayan y Pritchett, 1999), en Indonesia (Grootaert, 1999),

y en zonas rurales de Bolivia (Grootaert y Narayan, 2000). No es sólo un tema de hasta qué punto las personas están conectadas con otras personas, sino de la naturaleza de dichas conexiones.

Otros estudios, particularmente de América Latina, demuestran consistentemente que a pesar de los altos ratios de solidaridad intracomunitaria en las comunidades indígenas, las comunidades con altas concentraciones de personas indígenas siguen siendo pobres si tienen pocas conexiones con personas poderosas dentro o fuera de la comunidad. Aunque, en ausencia de aliados externos, el capital social de la población indígena de comunidades pobres sigue siendo un sustituto de los recursos y servicios provistos por el estado.

Por lo tanto, la naturaleza de la actividad turística genera relaciones sociales y capital social de manera genérica, de diferente intensidad dependiendo de las características y el tipo de turismo de que se trate.

Si bien es cierto que, muchos tipos de turismo como el mencionado turismo de masas, no comportan relación alguna del turista con la población local. Es decir, las interacciones se reducen debido a la actitud del visitante cuya finalidad es sólo disfrutar del lugar y no entablar relación alguna con la población local. Y el resto de actores participantes limitan su actuación a la propia actividad económica. Es decir, las interacciones son mínimas y la actividad es puramente una transacción mercantil. No se produce capital social alguno, ni relaciones positivas ni negativas. Se podría decir que producen un capital social neutro.

Pero como ya se ha destacado en el apartado de turismo sostenible, hay un tipo de visitantes que sí se interesan por conocer y relacionarse con la población local. Y este tipo de turismo se encuentra integrado en el entorno natural, cultural y humano, y comporta solidaridad, cooperación y respeto.

Algunas de las características del turismo sostenible según Grifols hacen esperar la existencia de un mayor capital social en este tipo de turismo. Las características a las que nos referimos son que está adaptado a la personalidad del sitio y basado en empresas locales; y que es participativo, cuenta con la participación de todos los actores y una implicación de la población local (Grifols, 2003: 95).

Un turismo basado en empresas locales y adaptado a la personalidad del destino, sugiere que los inputs usados en la actividad serán de origen local, tanto las mercancías como la mano de obra. A través de estas empresas y de estas transacciones locales se genera una

cadena de valor de la que se beneficia la población local. Se producen más relaciones entre la población local, se fomenta la confianza y la cohesión a nivel local. Los beneficios de la actividad no se limitan a la población local directamente implicada en dicha actividad, sino que se extienden y comparten con otros miembros de la población que se beneficiarán de manera indirecta. Es de esperar que haya un aumento del capital social *bonding* o de cohesión.

En cuanto a la participación de todos los actores, entendemos que incluye no sólo a la población local, sino a las autoridades, empresas turísticas, ONG, y a los propios visitantes. Esta participación hace esperar que haya un mayor capital social *bridging*, y que el mismo redunde en un mayor desarrollo, en consonancia con el enfoque sinérgico de Woolcock y Narayan (2000) dentro de las perspectivas que relacionan el capital social y el desarrollo. Además, la población local podrá establecer vínculos externos al grupo para alimentarlo de nuevas ideas, servicios, productos, etc.

Por lo tanto, y como ya hemos anticipado, es este tipo de turismo en el que nos vamos a centrar para profundizar en la investigación.

El capital social *bonded capital* genera confianza, intensidad en las relaciones, cohesión en los grupos. Dentro de la actividad turística este capital social se genera entre la población local, participen directa o indirectamente en la misma. Para analizar la existencia de dicho capital social intentaremos entender en el Proyecto de Turismo Vivencial de Chacán qué vínculos tienen, familiares, tribales, amistad, comerciales, qué frecuencia, si existen normas sociales para controlar el grupo y si existen disidentes en la población local que participa en las actividades turísticas.

El capital social *bridging capital* trata de establecer vínculos externos al grupo para alimentarlo de nuevas ideas, servicios o productos. En la actividad turística este tipo de capital social se da entre la población local y actores externos que participen de dicha actividad, como pueden ser las autoridades a través de la regulación, ONG que apoyen proyectos de desarrollo en la zona, empresas turísticas, los propios visitantes, etc. Intentaremos entender cómo se lleva a cabo esto en las experiencias turísticas y qué papel tienen las instituciones locales, las ONG, si existe alguna compañía grande o conectada externamente, etc.

4. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Para realizar el presente trabajo se ha adoptado una metodología cualitativa de investigación, centrada en el análisis documental y de contenido de textos relacionados con los temas del turismo, el capital social y el desarrollo, así como de las relaciones entre los tres conceptos.

En los apartados anteriores hemos hecho una aproximación teórica a los conceptos y tipos de turismo y capital social. Hemos expuesto la relación que existe entre ambos conceptos, y también la relación que existe entre éstos y el desarrollo. También hemos profundizado en el concepto de turismo sostenible, como movimiento o tipo de turismo más adecuado para conseguir un desarrollo sostenible y un mayor capital social, tanto *bonding* como *bridging*.

Para completar la investigación, describiremos y analizaremos un proyecto concreto, intentando identificar los conceptos anteriores, y con el objetivo de identificar las conclusiones que nos permitan entender el fenómeno turístico desde la perspectiva del capital social, y su impacto en el desarrollo de la sociedad en la que ocurre.

La razón de elección del Proyecto de Turismo Vivencial Comunitario en Chacán se debe al conocimiento indirecto a través de un voluntario que ha participado en el mismo. Sus características se ajustan al tipo de proyecto turístico y a la sociedad en la que creemos que podemos identificar el fenómeno que nos ocupa en el presente trabajo. Si bien existen numerosos proyectos que tienen perfiles similares o que también podrían ser muy válidos para el desarrollo de una investigación sobre este tema, este proyecto en concreto nos ha facilitado la labor investigadora a través de un conocimiento previo, y a través de los contactos con las instituciones que participan en el mismo.

La teoría del capital social ofrece un marco especialmente adecuado para estudiar la sociedad rural, porque la reciprocidad interpersonal y la cooperación comunitaria son dos recursos tradicionales de la cultura campesina y a la vez, elementos básicos del capital social.

La primera parte del presente trabajo la hemos desarrollado a través de la documentación secundaria o documental, con el fin de contextualizar y describir los fenómenos a estudiar. La segunda parte se puede dividir en dos apartados. Un primer apartado en el que haremos

una aproximación al contexto histórico y social en el que se desarrolla el proyecto, así como una descripción del proyecto, sus orígenes y desarrollo, su gestión...

En un segundo apartado pretendemos ampliar la información obtenida en la fase documental y profundizar en la parte relacional o de capital social. Para ello, hemos hecho una primera entrevista abierta con un voluntario que ha participado recientemente en el proyecto. A raíz de esta primera toma de contacto con el voluntario, hemos desarrollado las áreas en las que creíamos que deberíamos de profundizar y obtener más detalles, y hemos intercambiado varios correos y llamadas telefónicas con el personal de Wara, la contraparte local de Ayuda en Acción en Cusco, para indagar en esas cuestiones.

Las preguntas iniciales han sido más genéricas, para entender el contexto del proyecto y las características específicas del mismo. Una vez que la investigación ha estado más avanzada en cuanto a documentación teórica y descripción del contexto del proyecto, hemos procedido a la formulación de preguntas más específicas para identificar los conceptos teóricos en la práctica. Con el fin de entender las relaciones sociales o de capital social en la comunidad y cómo estas inciden en el desarrollo del proyecto. Y también en qué manera constituyen un valor adicional y si efectivamente son un elemento catalizador que genera los resultados esperados en cuanto a mejora en las condiciones de vida de la población, empoderamiento y desarrollo en general.

5. PROYECTO DE TURISMO VIVENCIAL COMUNITARIO EN CHACÁN, PERÚ

Antes de centrarnos en el proyecto de Turismo Vivencial Comunitario en Chacán, vamos a exponer el contexto de Perú y de la región de Cusco en la que está situado.

Contexto: historia, geografía, economía en Perú y en la región de Cusco

Historia de Perú

Perú tiene una historia milenaria en la que se han sucedido diferentes y ricas civilizaciones. Las primeras sociedades andinas se basaban en la agricultura, usando técnicas como la irrigación y las terrazas, y para ellas la ganadería de camélidos y la pesca también eran importantes. La organización de la sociedad dependía de la reciprocidad y la redistribución, ya que no existía la moneda ni los mercados.

A lo largo de los siglos se sucedieron las civilizaciones como los Chimú, los Mochicas, y los Wari.

En el siglo XIII surgió la civilización Inca, que durante el siglo XV formó el imperio pre-Colombino más grande, con su capital en Cusco. Y dejaron muchas muestras de su arquitectura que hoy se conservan y son algunas de las atracciones turísticas más importantes de Perú.

A mediados del siglo XVI Francisco Pizarro derrotó al último emperador Inca, comenzando la colonización del imperio Inca, y fundando el vice-reinado de Perú, con capital en Lima. Dicha colonización diezmó la población indígena, debido a los cambios socioeconómicos y a las enfermedades que introdujeron los españoles.

En el siglo XVIII, la producción de minerales se redujo, y el vice-reinado inició una serie de reformas y subidas de impuestos que acabaron con la rebelión de Tupac Amaru II.

Tras la disolución del vice-reinado a principios del s. XIX y entre los movimientos independentistas en el resto de países sudamericanos, finalmente Perú alcanzó la independencia en 1824.

Durante el siglo XX, a pesar de que hubo periodos de gobiernos civiles, las dictaduras militares se sucedieron.

A finales de los años 80 hubo una gran inestabilidad social bajo el mandato de Alan García, con protestas diarias y la irrupción de la organización terrorista Sendero Luminoso, que resultó en la desaparición o muerte de unas 40.000 personas, principalmente en la zona de los Andes.

En 1990, Alberto Fujimori fue elegido presidente, y gobernaría durante 10 años. Aunque se tornó en un gobierno con escándalos de corrupción y acusaciones de abusos de los derechos humanos.

Posteriormente y hasta la actualidad, se han sucedido varios presidentes, incluyendo el mismo Alan García. Y de manera más importante, el país disfruta de un periodo de estabilidad y crecimiento económico muy importante desde el punto de vista macroeconómico. En este período se inició la negociación de un Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos el cual en su momento no era visto con buenos ojos por los campesinos del país porque temían que tuviera un efecto negativo sobre sus economías.

Situación geográfica

Geográficamente, Perú es uno de los países sudamericanos con mayor biodiversidad, y el tercero con mayor superficie. Su geografía se divide en tres partes: el estrecho cinturón costero; la cordillera de los Andes; y la selva Amazónica al este del país.

La costa es desértica, salpicada de ciudades y ríos que se originan en los Andes y que forman oasis agrícolas.

La zona montañosa comprende la zona del Altiplano y la Cordillera Blanca, donde se encuentran las cumbres más altas del país, y que surte de agua a Perú gracias al deshielo de la nieve.

La selva, al este, comprende un 60% de la superficie de Perú, y es una zona de gran riqueza medioambiental y biodiversidad.

Perú se divide en 25 regiones más la provincia de Lima. Cada una de estas regiones tiene su propio gobierno, que se encarga de planificar el desarrollo regional, ejecutar los proyectos de inversión pública, promover actividades económicas y gestionar la propiedad pública. Una de las finalidades de dar el poder a los gobiernos regional y local

fue el incremento de la participación popular. Las ONG jugaron un papel importante en el proceso de descentralización y aún influyen la política local.

Figura 7: Mapa de las regiones de Perú



Fuente: Wikipedia, recuperado el 15 de mayo de 2015

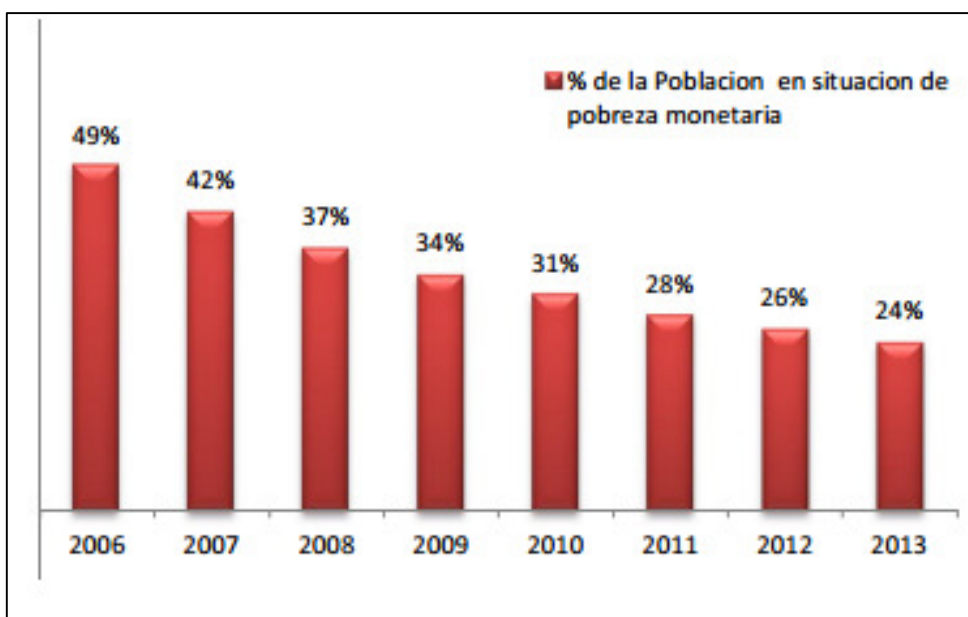
La población de Perú es de 30 millones de habitantes, el 76% de los cuales viven en zonas urbanas y el 24% en zonas rurales. Los pobladores de áreas rurales se dedican principalmente a la agricultura, ya que alrededor de 95% de ellos la declara como su principal actividad.

Situación económica y desarrollo en Perú

En cuanto a la situación económica, desde 1994 el incremento medio del PIB ha sido de un 9.5%, gracias a la estabilidad política y a la apertura económica del país. Según el Banco Mundial, entre 2012 y 2013 la economía peruana creció un promedio del 6.1%.

El auge económico experimentado por el Perú en años recientes ciertamente se ha reflejado no sólo en las cifras macroeconómicas sino también en el campo social, con una mejora significativa de indicadores claves, como la pobreza monetaria, cuya incidencia se redujo dramáticamente del 49% al 24% entre el 2006 y el 2013.

Figura 8: Población en situación de pobreza monetaria en Perú



Fuente: Pobreza y desigualdad en Perú. Intermón Oxfam, 2014

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano (IDH), desde el año 2000 éste se ha elevado desde 0.682 hasta 0.737. Aunque paradójicamente, Perú ha pasado del lugar 67° al 82° puesto. Existe una concentración del desarrollo humano en Lima y en la zona de la costa, que muestran una notable superioridad en comparación con la sierra y la selva. Es decir, la desigualdad es muy marcada en determinadas zonas. Esta es una de las razones por las que el país empezó un proceso de descentralización a principios del siglo XXI.

En el Perú, en el 2010 el índice de pobreza alcanzó el 30,8% y bajó a 27,8% durante el 2011. Por lo que se estima que 790 mil personas dejaron de ser pobres, debido al crecimiento económico y a la inversión pública y privada. A pesar de que los resultados estadísticos muestran que todos los ámbitos geográficos del país registraron una reducción de la pobreza, la incidencia de la pobreza en el área rural registra un 56% y en el área urbana la pobreza alcanza márgenes del 18%.

La sierra es la región que mayor incidencia de pobreza sigue mostrando con 41,5%. Cusco presenta 29.7% de población en pobreza y el 5.7% en extrema pobreza. El 82% de los pobres extremos trabajan en actividades como agricultura, pesca o minería, y muy pocos de ellos en el sector comercio o servicios.

El analfabetismo y pobreza son dos fenómenos sociales de estrecha vinculación, siendo las mujeres la población más vulnerable. Las altas tasas de analfabetismo son muy concurrentes en todos los tramos de la edad de la población pobre y en situación de pobreza extrema, debiéndose entre otros factores a la baja calidad educativa, la deserción escolar y a los problemas socioeconómicos. Desde el 2010 hasta el 2012 la cifra de analfabetismo se mantuvo en un 7.1%, de los cuales el 75% son mujeres (un problema más agudizado en las zonas rurales).

Las estrategias más comunes de desarrollo del hogar consisten en una combinación de actividades productivas (agropecuarias y no agropecuarias) y laborales. Las actividades rurales no agropecuarias, como pueden ser la producción de artesanías, prestación de servicios, explotación forestal y transformación industrial de la producción agropecuaria local, han cobrado gran importancia en la estrategia de generación de ingresos de los pobladores rurales. En 1997, cerca del 50% de los ingresos de los hogares rurales provino de este tipo de actividades, realizadas tanto dentro como fuera del hogar.

Buena parte de los pequeños productores de las zonas rurales tienen tradiciones lingüísticas y culturales propias que afectan a su relación con la sociedad nacional de la que forman parte, que hacen difícil una interlocución bidireccional fluida con agentes del exterior, y que pueden comprometer la aplicación eficaz de políticas de desarrollo.

Según se destaca en la investigación “Desafíos del desarrollo rural en el Perú” (Trivelli et al., 2000), temas como la diversificación productiva, las políticas de género, el apoyo a sectores como la pequeña agricultura y el desarrollo territorial integral, entre otros, deben retomarse como los ejes de una discusión que busque articular el crecimiento económico con la reducción de las brechas de la desigualdad y la generación de oportunidades para toda la población.

El sector turístico en Perú

En cuanto a los sectores generadores de empleo e ingresos, el turismo es la tercera industria más importante del país, después de la pesca y la minería. Emplea a un 10% de la población activa, y representa un 7% del PIB. Además, es la industria que más rápido está creciendo, a una media del 25% en los últimos años.

El turismo se dirige a los monumentos arqueológicos, el ecoturismo en la zona del Amazonas, turismo cultural en las ciudades coloniales, el turismo gastronómico, el turismo de aventura y el turismo de playa.

En el siguiente mapa se muestran las poblaciones y los destinos turísticos más importantes en Perú.

Figura 9: Mapa de los destinos turísticos de Perú



Fuente: Wikipedia, recuperado el 15 de Mayo de 2015

La zona más visitada es la región de Cusco, donde se encuentra la ciudad del mismo nombre, el Valle Sagrado de los Incas, y las ruinas de Machu Picchu, declarados Patrimonio de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Es la zona donde las infraestructuras turísticas están más desarrolladas. La ciudad tiene miles de habitaciones hoteleras, desde hostales hasta hoteles de lujo. También hay cientos de agencias de viajes y empresas especializadas en prestar servicios turísticos. Además, está prevista la próxima apertura de un aeropuerto internacional en el distrito de Chinchero, próximo a Cusco.

Y precisamente en la región de Cusco es donde se ubica la comunidad de Chacán, y el proyecto de turismo vivencial en el que nos centraremos para analizar la relación entre turismo y desarrollo en el marco del capital social.

Proyecto de turismo vivencial comunitario en Chacán

En este apartado describiremos el contexto específico de la comunidad de Chacán, y el proyecto de turismo vivencial comunitario desarrollado en la misma. Describiremos los orígenes del proyecto, su evolución y características.

Comunidad campesina de Chacán

En el siguiente mapa hemos situado de manera aproximada la comunidad de Chacán, que está en la provincia de Anta, Cusco. Se ubica en una zona de altiplanicie, cercana a la laguna de Huaypo, y cerca del llamado “corredor turístico” de Cusco. Está próxima a la comunidad de Maras, conocida por su salar en forma de terrazas; y al centro arqueológico de Moray. Se encuentra a unos 35km de Cusco por carretera. Y relativamente cerca de Machu Pichu, aunque no hay comunicación por carretera.

Figura 10: Situación geográfica de la comunidad de Chacán, Cusco



Fuente: Google maps, recuperado el 15 de mayo de 2015

Chacán está situado a más de tres mil quinientos metros de altura. No aparece en los mapas, puesto que es una población bastante pequeña, formada por seis comunidades o sectores que suman unas 450 familias, y alrededor de 4.000 habitantes. La población vive en casas de adobe, que ellos mismos amasan y se venden entre sí. Las casas también las construyen ellos mismos por el sistema de prestación de trabajo llamado *Ayni* (sistema de reciprocidad comunitario).

La electricidad ha llegado a la zona hace sólo diez años. El centro de salud y el centro de educación primaria se pusieron en funcionamiento hace seis años.

La población vive de la agricultura y la crianza de ganado, la cría de cuis, la confección de tejidos de lana, y recientemente han puesto en marcha un proyecto de turismo vivencial comunitario que apoyan Ayuda en Acción y la Asociación Civil Wara de Cusco.

Orígenes del proyecto de Turismo Vivencial

La colaboración con la Asociación Civil Wara se inició gracias a la ex-alcaldesa de Chacán, Yoni Hinojosa. Ella había trabajado con algunas asociaciones antes de llegar a la alcaldía, y desde su puesto institucional se puso en contacto con Wara para que le ayudara a analizar las necesidades de la comunidad y poder empezar a trabajar de manera conjunta para mejorar la calidad de vida de la población local.

Wara es una asociación civil peruana que nace en Cusco el 2006 implementando proyectos de desarrollo social en la zona periurbana de Cusco. A partir del 2010, se integra como socio local de la Fundación Ayuda en Acción e implementa proyectos en los ámbitos de Cusco, Puno y Apurímac. A partir de 2012, Ayuda en Acción reestructura los ámbitos de intervención, focalizando la intervención de Wara en Anta y Chinchero.

Wara es reconocida en la región sur de Perú como una institución líder que contribuye al desarrollo integral endógeno sostenible y promueve la inclusión política, económica y cultural e incide en políticas públicas a favor de poblaciones excluidas. Su misión es promover la participación equitativa de hombres, mujeres, niños y adultos, fortalecer capacidades potencialidades individuales y colectivas para contribuir a la construcción de una sociedad justa y digna.

Cuando Wara comenzó a trabajar en Chacán, la primera prioridad identificada fue mejorar hábitos de higiene en las familias de la comunidad. De esta manera empezaron trabajando

en un proyecto de viviendas saludables, ya que las condiciones en las que vivían no eran las adecuadas.

Comenzaron a trabajar con 70 familias que pasaron por un proceso de sensibilización y educación para que comprendieran los beneficios de adaptar sus viviendas a prácticas saludables. Algunos ejemplos de estas prácticas que se implementaron son la instalación de *cocinas mejoradas* para aislar el humo, colocación un *repostero andino* para la conservación de alimentos o sacar a los animales domésticos, como las aves de corral y los cuis, del ambiente de la cocina.

Según el testimonio de Sabina Zavala, miembro de la asociación de Turismo Rural Comunitario y Artesanal Ñusta Encantada de Chacán y tesorera de la misma, “antes en nuestras casas vivíamos un poco desordenados. Nos dedicábamos a los animales, a nuestros hijos y a la agricultura. Gracias al apoyo de Wara y Ayuda en Acción, hemos trabajado en las viviendas saludables y ahora nuestra vida ha cambiado, ya vivimos más limpios, más cómodos y nuestros hijos también han bajado la desnutrición”.

Cabe destacar que las actividades llevadas a cabo por Wara en la comunidad de Chacán tienen como elemento transversal la seguridad alimentaria, trabajando la disponibilidad de la producción (agropecuaria o a través de servicios), la accesibilidad y la institucionalidad o reconocimiento de la Asociación de mujeres, con el fin último de luchar contra la desnutrición de la población.

Wara y Ayuda en Acción apoyan económicamente a las familias, financiando una parte de los costes del proyecto, aportan material para las viviendas saludables, asesoramiento, recursos humanos y difusión del proyecto, así como formación para el desarrollo del mismo. Pero sobre todo, hacen partícipe a la población en todo el proceso, desde el análisis de las necesidades a la toma de decisiones.

En el momento en el que las viviendas alcanzaron un nivel adecuado de habitabilidad, se replantearon las prioridades en las necesidades de la comunidad.

Así, se identificó que la prioridad había pasado a ser el empoderamiento de las mujeres, con la finalidad de que las familias mejorasen su calidad de vida. Definieron que ese empoderamiento se podría conseguir a través de una cierta independencia económica, consiguiendo unos ingresos propios.

Según Erbert Cárdenas (Director Ejecutivo de Wara), “el momento que vive la mujer, sobre todo en la zona andina, viene de un proceso de reivindicaciones. Si hacemos un poco de historia, hace 30 años no tenían ni acceso a la educación. Peor, en el tema productivo, su labor no era visible. Pero ahora, a partir de los proyectos que se vienen haciendo, la mujer aparece como un actor importante en generar propuestas de cambio, primero familiares y poco después a nivel comunal.”

Como expone Sabina, “en esta zona, comúnmente, las mujeres son más humilladas. Porque como somos amas de casa y nos dedicamos a la casa, a nuestros hijos o a los animales, entonces el hombre levanta la cabeza con su trabajo”. “Nos empezamos a unir, a juntarnos, también nosotros queremos *repcionar* a turistas para mejorar nuestra economía”.

De este modo surgió la idea de que se podría acondicionar las viviendas, que ya eran saludables, para recibir huéspedes. Y a través del turismo conseguir unos ingresos para las familias, que fueran generados por una actividad liderada por las mujeres. El siguiente paso para estas familias fue el acondicionamiento de una habitación exclusiva para huéspedes, y la remodelación de sus sanitarios incorporando una ducha con termo solar para ofrecer agua caliente a los visitantes. Se formó así la Asociación de Turismo Vivencial y Artesanal Ñusta Encantada de Chacán, un proyecto que permite que las mujeres de la comunidad puedan mejorar sus ingresos a través del turismo vivencial comunitario y la artesanía.

En el contexto del turismo responsable y del desarrollo local, la OMT ha confirmado que el turismo puede actuar como vehículo de empoderamiento de la mujer, poniendo de relieve los restantes retos para la igualdad de género en el turismo.

Para la puesta en marcha del turismo sostenible es necesario que los distintos agentes se impliquen en la consecución de sus objetivos. Las comunidades locales deberían proporcionar interacciones culturales entre la comunidad local y los visitantes, proporcionar servicios al visitante, potenciar los productos locales, tomar decisiones e iniciativas respecto al diseño de los proyectos, participar con los costes de los proyectos, o proteger las normas culturales. Y en cuanto a los turistas, deben elegir destinos con responsabilidad medioambiental, integrarse con las comunidades autóctonas, realizar actividades con escaso impacto o apoyar las actividades de conservación del medio ambiente.

El turismo vivencial es una tendencia en el turismo, también conocida como *turismo de inmersión*. Está enfocado a los viajes que se centran en experimentar un país, ciudad o lugar en particular, mediante la conexión a su historia, población y cultura. El turismo vivencial puede enfatizar las diferentes áreas de la vida local (culinaria, cultural, histórica, comercial, natural o social) y con ello puede ser la base para una experiencia de viaje holística. El objetivo es comprender más profundamente la cultura, población e historia de un destino turístico, más allá que la mera visita. Para ello el viajero, por lo general, se pone en contacto con lugareños que le orientan en esta experiencia.

Algunos factores por los que se consideró que este proyecto era viable fueron el hecho de que la región de Cusco es muy turística; en comunidades cercanas hay experiencias de turismo vivencial ya exitosas; y en el futuro se abrirá un aeropuerto internacional en Chinchero, muy cerca de la comunidad de Chacán, que facilitará la llegada de turistas. Pensaron que puesto que las viviendas eran adecuadas, podría ser una fuente de ingresos para la familia. Además, dichos ingresos serían generados por actividades llevadas a cabo por las mujeres, y así dicha actividad podría ayudar al empoderamiento de las mujeres.

Características del proyecto

La filosofía del proyecto de turismo vivencial o turismo rural comunitario, es poder ofrecer alojamiento en las mismas viviendas de las familias, de manera que los visitantes puedan no sólo hospedarse sino compartir con las familias parte de su vida cotidiana. Así, algunas actividades que desarrollan son la pesca, labores agrícolas, cocina, recolección de frutos y plantas silvestres...

Según Erbert, se decidió empezar la actividad del “turismo vivencial que permita las relaciones interpersonales más cercanas, que [los turistas] puedan conocer mucho nuestra cultura, y puedan aprender y mutuamente también intercambiar experiencias”.

Según definen las mujeres de la comunidad de Chacán, el turismo es “aquella persona que viene a alojarse en la casa”. “Vivencial es convivir con nosotros, lo que es el campo, lo que es el trabajo, lo que es la cosecha del maíz, la haba, y lo que es el pastero de ganado”.

Las primeras casas que estaban listas comenzaron a recibir visitantes, inicialmente sólo de Ayuda en Acción para aprender y adaptarse a lo que los turistas necesitarían. Actualmente hay unas 30 viviendas saludables que prestan servicios de turismo vivencial comunitario.

Las características que cada vivienda y cada familia debe de cumplir para poder acoger turistas son:

- Debe de ser vivienda y familia saludable
- Tener habitaciones bien implementadas: con camas limpias, y *frazadas* (mantas) a la usanza comunal.
- Cocina mejorada: con utensilios limpios, refrigeradora ecológica etc.
- Patios limpios y ornamentados
- *Atención con mucho cariño*

En 2014 recibieron unas 20 personas. El lanzamiento oficial ha sido en diciembre de 2014, con la presentación a diversas agencias de la zona y la distribución de un video promocional². Aunque el proyecto se está llevando a cabo poco a poco, ya que se quiere asegurar que las viviendas y las familias estén listas para ofrecer unos estándares en el servicio y una la experiencia adecuada y acorde a la demanda de los turistas. Se está trabajando especialmente la capacitación en todo lo relativo a la prestación de servicios, atención a los turistas y *housekeeping* o estándares de limpieza.

Durante todo este proceso, Wara ha ido trabajando con las mujeres de la comunidad interesadas en participar y que asisten a las asambleas que organizan periódicamente. Además del proyecto de turismo vivencial, llevan un grupo de artesanas que están tratando de recuperar las técnicas tradicionales de tejido, que también puede complementar el proyecto de turismo vivencial, ya que no todas pueden tener una casa para acoger a visitantes.

La forma de organizar el proyecto, y una de las claves del desarrollo del mismo, es la participación en asambleas. En un principio la participación fue masiva, puesto que era algo novedoso, y se proporcionaban materiales y formación para acondicionar las viviendas. Aunque la asistencia ha ido disminuyendo durante el desarrollo del proyecto, y actualmente participan alrededor de un centenar de mujeres, que han fundado la Asociación de Turismo Vivencial y Artesanal Ñusta Encantada de Chacán.

² El video promocional está disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=8JdhzAppFLU>

Poco a poco, se ha producido un cambio en las mujeres asistentes a las asambleas, y las mujeres van participando más en las asambleas, han aprendido a hacer oír su voz, a compartir experiencias, a tomar decisiones, y a apoyar al resto de las participantes.

Podríamos considerar que el mismo desarrollo del proyecto y la asistencia a las asambleas han constituido un primer paso en el empoderamiento de las mujeres que participan en el mismo. Es decir, por sí mismo y sin entrar en los resultados económicos, el proyecto ha contribuido a que las mujeres participen, tomen la iniciativa, planifiquen, tomen decisiones, etc.

Además, las asambleas han sido el vehículo a través del cual se ha trabajado la cohesión del grupo. Según Eric Villena, Administrador de Wara, “a través de las reuniones semanales y extraordinarias, las mujeres han empezado a conocerse, a discutir primero y a entenderse, hablando con toda honestidad de sus necesidades a lo largo de estos años”.

En una de esas asambleas se hizo un ejercicio de análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades). En el cual se identificó la necesidad formación y capacitación para poder gestionar el proyecto, que es la actual prioridad de Wara.

También se identificaron las debilidades del proyecto, siendo las siguientes:

- Las mujeres tienen otras obligaciones en la casa y con la familia que les impiden dedicar más tiempo al proyecto
- Falta de motivación: ya sea por la falta de apoyo de su pareja/familia o por la falta de turistas hasta la fecha. Algunas de las mujeres se sienten apoyadas por sus maridos, pero en otros casos los maridos creen que las mujeres van a perder el tiempo en las asambleas, cuando podrían estar trabajando en la chacra, en el campo.

Por ejemplo, Sabina comparte su experiencia personal, en cuanto al apoyo recibido de su familia: “A mi esposo no le gustó que estuviese asistiendo constantemente [a las asambleas]. Después decía que era pérdida de tiempo, después con el trabajo que estábamos haciendo en la casa, le pareció que era muy trabajoso para él. [...] Ahora él cambió demasiado, él ya me apoya en algunas cosas, por ejemplo en la cocina, lo que es mi hija, en las habitaciones...”.

- Miedo al fracaso por la falta de experiencia: es una actividad totalmente nueva, y la mayoría de las mujeres nunca han salido de su casa, nunca se han alojado en otro sitio y no saben qué esperar los turistas de la experiencia

- Falta de confianza
- Necesidad de aprender a trabajar como grupo
- Necesidad de mayor unión en el grupo

El apoyo de Wara y Ayuda en Acción ha sido fundamental en la iniciación del proceso, y tienen que avanzar para que el proyecto quede en manos de la población local. Se espera que el apoyo de Wara y Ayuda en Acción cese durante el próximo año. Hasta entonces, se están concentrando los esfuerzos en la difusión, facilitación como grupo, enlace con los turistas, redes sociales para dar a conocer el proyecto, dar ideas y formación. Poco a poco están avanzando para que sean las mujeres de Chacán las que tomen más participación y liderazgo.

Aún existe cierta dependencia de Wara, por ejemplo les piden autorización para determinadas decisiones. Pero poco a poco las mujeres de la asociación están haciendo suyo el proyecto. Ahora han formalizado las actividades, ellas mismas se supervisan, empiezan a presentar el proyecto, planifican los siguientes pasos en el proyecto y deciden cuántas viviendas necesitan acoger huéspedes para que el proyecto sea viable, hablan de comprar una furgoneta, etc.

Es una experiencia extrapolable a otras comunidades o poblaciones, que ya está funcionando en otras comunidades. Los requisitos para que funcione son que sea una zona con potencial turístico, tener una asociación o grupo sólido, viviendas saludables, y tener unas normas consensuadas para que todas las sientan suyas y que no creen rencillas.

Análisis del proyecto en el contexto del capital social

En este apartado final, y basándonos en la teoría presentada anteriormente y en la información proporcionada por el personal de la Asociación Civil Wara, intentaremos identificar y analizar las relaciones que se producen dentro de la comunidad y con otros actores externos a la misma, para entender las diferentes formas en que se presenta el capital social.

Nuestro objetivo es identificar en un caso práctico la teoría expuesta en los epígrafes anteriores en cuanto a la relación entre turismo y capital social, su contribución al desarrollo de la comunidad analizada, y más concretamente tratándose de un proyecto de turismo sostenible.

Primero enunciaremos algunas premisas ya expuestas en la parte teórica e intentaremos identificar cómo se presentan en el proyecto analizado basándonos en la información de la que disponemos. Posteriormente, expondremos varias preguntas específicas que hemos planteado al personal de Wara y sus respuestas, y analizaremos los tipos de capital social que se identifican y sus características en el proyecto objeto de estudio.

Premisas teóricas e identificación en el proyecto

En la mayoría de estudios que relacionan desarrollo y capital social se usan las dimensiones de confianza y redes sociales para su medición. Además, habría que tener en cuenta la capacidad de trabajar en equipo (cooperar y coordinar) y la participación en organizaciones, la participación cívica, y la intensidad de las normas sociales.

A priori, creemos identificar en el proyecto de turismo vivencial comunitario de Chacán algunas de estas características, como el trabajo en equipo, la participación en organizaciones o la participación cívica.

Para realizar un análisis más exhaustivo, pasaremos a enumerar las premisas que se encuentran en una situación de capital social positivo para el desarrollo e identificar si están presentes y en qué forma en el proyecto objeto de estudio.

- **Existe un entramado sólido de relaciones sociales horizontales entre los miembros y actores de una comunidad o territorio, basadas en relaciones de confianza, solidaridad y apoyo mutuo recíproco, sin que éstas menoscaben la existencia de relaciones extracomunitarias suficientes.**

En el caso del proyecto que estamos analizando, las relaciones sociales entre las mujeres que forman parte de la asociación son esta base sólida de relaciones. La confianza, la solidaridad y el apoyo mutuo se están trabajando día a día a medida que avanza el proyecto, especialmente a través de las reuniones periódicas y la participación en las asambleas. Así, por ejemplo, compartían con nosotros el hecho de que cuando los primeros visitantes iban a llegar a la población, unas mujeres con otras se preguntaban cómo atenderles, y compartían ideas para apoyarse entre ellas.

Esta confianza y cohesión del grupo no estaba presente de forma natural antes de comenzar el proyecto, ya que las mujeres eran vecinas de la misma comunidad pero nunca habían trabajado juntas. En los comienzos, no había confianza ni sentimiento de grupo. Pero las reuniones semanales y extraordinarias han sido un vehículo para conocerse, compartir necesidades y experiencias, discutir los temas en los que no había acuerdo, establecer las normas comunes que rigen el proyecto, etc.

En cuanto a las relaciones extracomunitarias, principalmente hemos identificado las relaciones con la Asociación Civil Wara y con los turistas.

Wara ha estado presente desde los inicios del proyecto y dicha relación se ha ido estrechando y constituye un importante apoyo para la comunidad, no sólo para desarrollar el proyecto sino como fuente de información externa. Aunque también es cierto que dentro de un año está previsto que dicha relación cese.

Por su parte, las relaciones con los turistas no son tan cercanas puesto que tienen una duración efímera, pero en la mayoría de los casos existe un intercambio muy enriquecedor y los visitantes se han involucrado en el proyecto, aportando conocimientos, información, ayuda económica adicional...

- **La historia, la cultura propia y la identificación con el entorno configuran una identidad colectiva.**

En el caso de Chacán, al ser una pequeña población, todas las mujeres son autóctonas de la zona, y comparten la misma cultura, historia e idioma. Por ejemplo, entre ellas la mayor parte del tiempo hablan *quechua*, y juntas están recuperando algunas de sus tradiciones, como los métodos de hilado y tejido.

- **Las personas y las comunidades participan activamente en el diagnóstico de su situación, son capaces de generar visiones de futuro y de colaborar o cooperar para ello, aprendiendo de las experiencias de su propio proceso.**

En un primer momento, la ex-alcaldesa de Chacán y Wara han iniciado su colaboración e identificado las prioridades de la comunidad. La participación de la población local ha sido posterior, acudiendo a las asambleas y poco a poco involucrándose más en el desarrollo del proyecto.

Si bien Wara asistió a la población para identificar cuáles eran las prioridades, y les ha dado apoyo durante todo el proceso, siempre ha dejado que sean ellas los actores

principales del cambio, y que tomen el liderazgo en la identificación de prioridades y en la toma de decisiones.

Aunque aún existe una cierta dependencia de Wara, poco a poco el grupo ha hecho suyo el proyecto. Las mujeres de la asociación empiezan a ser quienes presentan el proyecto a agencias de la zona, hablan y debaten cuántas casas necesitan para prestar alojamiento y que el proyecto sea viable o planifican la compra de un vehículo.

- **Existen organizaciones comprometidas y enraizadas en la propia comunidad que sirven de cauce de colaboración y participación de las personas, teniendo las personas la capacidad de influir en las decisiones políticas que les afectan.**
- **Las organizaciones externas a la comunidad (ONG, poderes públicos, delegaciones del gobierno,...) están a su vez enraizadas con las personas y la comunidad, teniendo en cuenta su visión, necesidades, opiniones. Y éstas se coordinan para mejorar la acción de apoyo al proceso de la gente; los organismos y su personal son honestos, donde las reglas formales e informales del juego son claras y se respetan, donde existe, por tanto, confianza.**

En relación a estos dos últimos puntos, Wara ha sido la contraparte local de Ayuda en Acción, y la asociación que ha trabajado directamente con la población local. Es una asociación civil peruana, cuyo personal está basado en Cusco, y que antes del proyecto habían estado en contacto con la ex-alcaldesa de Chacán. El hecho de ser una asociación local hace que entienda de primera mano cuál es la realidad de la población, la cultura y la idiosincrasia de la misma y cuáles son sus necesidades.

El papel de la ex – alcaldesa, Yoni Hinojosa fue fundamental para el inicio del proyecto, en tanto en cuanto que fue quien contactó con Wara y coordinó el inicio de la colaboración entre ambas partes. Desde un principio se dio cabida y se abrieron las puertas a todas las personas interesadas en participar en el proyecto, y han podido elegir e influir en las decisiones tomadas.

Para resumir estas premisas y cómo se identifican en el entorno del proyecto objeto de estudio hemos elaborado la siguiente tabla.

Tabla 7: Elementos para una situación de capital social positivo para el desarrollo en el proyecto de turismo vivencial de Chacán

Elementos teóricos	Identificación en el proyecto estudiado
Entramado sólido de relaciones sociales horizontales: confianza, solidaridad y apoyo mutuo	No ha sido espontáneo o natural, sino que se ha trabajado a través de la participación en asambleas, el diálogo y el trabajo en equipo
Relaciones extracomunitarias	Asociación Civil Wara y turistas que llegan al proyecto
Identidad colectiva	Misma cultura, lengua y tradiciones
Capacidad de participar en el diagnóstico, generar de visiones de futuro e influir en las decisiones que les afectan	Primer diagnóstico facilitado por Wara. Posterior participación activa a través de las asambleas de la Asociación de mujeres
Organizaciones comprometidas que sirven de cauce de colaboración	Tanto Wara como la alcaldía de la comunidad han facilitado la colaboración y se han coordinado en el proceso
Organizaciones externas enraizadas con las personas y la comunidad, que se coordinan para mejorar la acción de apoyo	

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, observamos que en la población de Chacán, y concretamente entre las mujeres y familias que participan en el proyecto podemos identificar la mayoría de las características que definen una situación teórica de capital social positivo para el desarrollo.

Es decir, podríamos concluir que con las relaciones de capital social identificadas, las mujeres que participan en el proyecto se encuentran en una situación que *a priori* contribuirá de manera más exitosa a la consecución de los objetivos de desarrollo perseguidos.

Las relaciones entre ellas y la participación en las asambleas se pueden enmarcar en el *bonded* capital. En la práctica, dicha participación ha experimentado una evolución positiva desde el inicio del proyecto y, como se ha apuntado en el apartado de Descripción del Proyecto, se puede considerar que ha supuesto un empoderamiento de las mujeres, un aumento en la confianza en sí mismas y en la confianza en el grupo.

Las relaciones con Wara y con los turistas se pueden enmarcar en el *bridging* capital. Dichas relaciones han permitido la identificación de las necesidades, el inicio del proyecto y de la asociación, han proporcionado información del exterior y formación, y contribuido de manera significativa a la mejora en la calidad de vida de las familias.

Análisis en base a las preguntas planteadas

Las preguntas específicas que hemos planteado al personal de Wara pretenden identificar los principales tipos de capital social (*bonding* y *bridging*), así como entender cuál ha sido su evolución y si contribuyen específicamente al desarrollo de la comunidad.

Hemos elegido estas preguntas porque creemos que ayudan a entender los componentes del capital social *bonding* y *bridging*. Al ser preguntas abiertas pretendíamos obtener respuestas amplias y descriptivas sobre las diferentes relaciones que se manifiestan en el contexto del proyecto.

Las preguntas relacionadas con el capital social *bonding* son:

- ¿Cuáles son las normas que rigen el proyecto? ¿Existe algún excluido?

Ñusta Encantada es una asociación abierta, a la que quien ha querido y podido se ha unido, y que exige unos compromisos mínimos de participación. El incumplimiento de las normas se penaliza con la exclusión. Las normas que rigen el proyecto son, como se ha indicado anteriormente las características que tienen que cumplir las viviendas y las familias para ofrecer alojamiento a visitantes, y las normas en cuanto a la asignación de las estancias de los huéspedes en las viviendas.

Todas estas normas han sido consensuadas y acordadas entre todos los miembros de la asociación, de forma que todas se adhieren a las mismas y las respetan.

- ¿Qué relación existe entre las mujeres que participan en el proyecto: vínculos familiares, de amistad, empresariales...?

Según nos comenta Isaías, Coordinador de Wara, “en las comunidades campesinas el sistema de parentesco es muy importante. Muchas de ellas [las mujeres] deben de ser parientes, a veces cercanos, a veces lejanos. Pero priman los intereses de compañeras, mujeres, que tienen una perspectiva de liderazgo por el proyecto”.

Puesto que existe una proximidad física, debido a que viven cerca unas de otras, y a través de la Asociación de Turismo Vivencial se reúnen como mínimo una vez a la semana, entendemos que la relación es estrecha.

- ¿Cómo ha evolucionado la relación entre ellas? ¿Qué evolución ha habido en coordinación, confianza y cohesión del grupo?

Desde el inicio del proyecto, y a través de la participación en las asambleas, y de compartir experiencias, han ido estrechando sus vínculos y aumentando la confianza y la cooperación mutuas. Aunque tienen que seguir trabajando para que sea más cohesionado cuando lleguen cambios, como por ejemplo el momento en el que Wara y Ayuda en Acción dejen el proyecto en manos de la asociación local.

En una de las conversaciones con el personal de Wara, compartían con nosotros la evolución en las relaciones de los miembros de la asociación. Los comienzos fueron duros, ya que había algunas discusiones y *miramientos*, algunos miembros creían tener más derechos, eran individualistas.

Se han organizado reuniones semanales y extraordinarias, en las que han empezado a conocerse, a discutir primero y después a entenderse, mediante el diálogo y gracias a que han sido capaces de hablar de necesidades con toda honestidad. Actualmente, y después de estos años, las relaciones han cambiado. Participan y se relacionan como un grupo, han hecho suyo el proyecto. Durante el camino ha habido una *selección natural*, y aquellas personas que no eran capaces de encajar en la filosofía del proyecto han ido dejando la Asociación.

Con las respuestas relacionadas con el *bonded* capital, podemos concluir que la relación entre las mujeres que participan en el proyecto se ha ido haciendo más sólida a medida que ha avanzado el mismo. No existía una relación estrecha previamente y en los comienzos no había una cohesión del grupo. No ha sido un proceso espontáneo, sino que se ha trabajado a través de las reuniones periódicas, de la participación y diálogo, y del establecimiento de unas normas comunes y consensuadas. Es un proceso continuo que se sigue trabajando.

Las preguntas y respuestas relacionadas con el capital social *bridging* son:

- ¿Cómo ha evolucionado la relación con Wara?

Al principio la población local no era muy receptiva con el personal de Wara. La actitud de la población era pasiva, esperaban que Wara hiciera por ellos el trabajo de construcción y mejora de las condiciones higiénicas de sus casas.

Después de trabajar durante años con la población, se han fortalecido los vínculos, de amistad y de confianza, mediante el trabajo en equipo. Aunque Wara no quiere que estos vínculos sean de dependencia, y está trabajando para que la población tome el liderazgo del proyecto. Por ejemplo, antes los temas administrativos, de cuentas, pagos, impuestos, etc. los llevaba Wara, pero actualmente es la población local quien lo gestiona.

Wara también les asesora en temas no relacionados directamente con el proyecto. Por ejemplo, ante la próxima apertura del aeropuerto de Chinchero el precio de los terrenos está subiendo. Wara asesora a la población, si por ejemplo reciben una oferta por un terreno. La población local sabe que la apertura del aeropuerto va a suponer un cambio, pero no es consciente de la magnitud del cambio. Es Wara quien les asesora y les da la visibilidad en todos estos cambios.

- ¿Cómo ha evolucionado la relación con los turistas?

Como Eric ha compartido en una de las conversaciones, “es un tema muy agradable. El 50% de las personas que han venido han dejado algo, han dejado un conocimiento”. Por ejemplo, uno de los huéspedes hizo la página del proyecto en *Facebook*, otro ha donado unas duchas con termas para tener agua caliente, otros voluntarios han colaborado en el video promocional...Debido a la filosofía del proyecto y al tipo de turistas que llegan hay una relación estrecha entre la comunidad y los turistas, que se basa en compartir (experiencias, recursos, información...). Algunos turistas siguen manteniendo el contacto después de su visita, llaman y siguen colaborando.

También se aprovecha la información de los turistas en forma de mejora, a través de una encuesta en la que se les pregunta que mejorarían o cambiarían para fortalecer la experiencia.

De la misma manera, también existen casos en los que los visitantes acuden a Chacán para ver en persona la experiencia comunal y colectiva. Por ejemplo, en los próximos meses recibirán a un grupo de Uruguay pertenecientes a instituciones que están

interesadas en este tipo de proyectos para completar su economía. Es decir, la información, experiencias, etc. fluyen en ambos sentidos, desde los visitantes a la comunidad, y desde la comunidad a los visitantes.

Esta estrecha relación es posible debido al tipo de turismo de que se trata. Es decir, al tratarse de un proyecto de turismo sostenible, como hemos visto en apartados anteriores, tanto la comunidad receptora como los visitantes buscan una interacción. Y en este caso en concreto parece confirmarse que dicha interacción genera un capital social y que contribuye al desarrollo de la comunidad gracias al intercambio que se produce. Si bien es cierto, que dichas relaciones suelen ser efímeras o de duración determinada, mientras el visitante está en la comunidad receptora, y por lo tanto es un capital social débil.

- ¿Qué papel juegan las instituciones?

El primer contacto con Wara lo facilitó la ex – alcaldesa de Chacán, Yoni Hinojosa, para que le apoyasen en la mejora de calidad de vida de la población.

Posteriormente, y tras el cambio reciente en la alcaldía de la comunidad, Wara ha seguido trabajando con la institución, ya que su relación no es personal sino que es una relación para el beneficio de la comunidad.

La forma de trabajar de Wara incluye trabajar no sólo con la población local, sino también involucrarse y trabajar con los alcaldes, construyendo lazos de confianza. De esta manera, los alcaldes cuentan con ellos cuando hay charlas o capacitaciones, les piden ayuda como en el caso de Chacán para que les asesore.

Por otra parte, en Perú existen diversas instituciones que trabajan con las comunidades para el desarrollo desde diversos sectores, incluyendo el turismo. Desde el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) se ha promovido un programa de Turismo Rural Comunitario para generar la inclusión económica y social de las poblaciones rurales localizadas en los principales destinos turísticos del Perú. Pero nosotros no tenemos conocimiento de que el proyecto de Chacán esté dentro de este programa.

- ¿Además de Wara y Ayuda en Acción, tienen alguna relación externa (empresa turística, proveedor, otra ONG...)?

Además de Wara, el Centro Bartolomé de las Casas que desarrolla desde hace tiempo talleres de capacitación junto con Wara. Estos talleres están relacionadas principalmente

a la atención, y preparación de alimentos para los turistas que visitan la experiencia de Chacán. Wara se centra más en la parte organizativa.

Actualmente, la asociación está estableciendo convenios con organizaciones relacionadas con el turismo vivencial para promocionar el proyecto y recibir visitantes a través de las mismas. En este momento están preparando un convenio con Tincuy y Esela. Ambas son instituciones que promueven el turismo vivencial comunitario. Esela ha venido trabajando con la Asociación en los últimos meses, y recientemente ha llevado a un grupo de Estados Unidos. En cuanto a Tincuy, es una institución que está desarrollándose actualmente. Su personal ha visitado el proyecto en Chacán para ver cómo son los servicios y dar sugerencias de mejora. Y en septiembre del presente está previsto que llegue un grupo de 40 personas, que será una prueba de coordinación para el proyecto.

Por el momento Wara está coordinando este tipo de convenios, y la idea es que Ñusta Encantada pase a gestionarlos directamente en el futuro. En este punto, hemos preguntado cuál es la razón para que en las primeras reuniones no esté presente el equipo de la asociación, ya que sería a nuestro entender un buen aprendizaje para ellos y una manera de entablar la relación directamente.

Con las respuestas relacionadas con el *bridging capital*, podemos concluir que a través de estas relaciones, la población local recibe ideas, información y se produce un intercambio muy positivo para ellos. De no ser así, su capital social se reduciría a relaciones cohesivas de *bonded capital*, lo que les limitaría la visibilidad en cuanto a la realidad exterior a la comunidad, la reacción ante posibles cambios y la información sobre novedades o ideas que pudieran ser de ayuda.

Por esta razón, y debido al próximo cambio en el que Wara dejará el proyecto para pasar a ser gestionado por la población local, consideramos que las relaciones externas de *bridging capital* son débiles, ya que actualmente se reducen a Wara y a los turistas. Sería recomendable trabajar en este sentido para fortalecer la capacidad de construir estas relaciones, las habilidades de comunicación de la población local, para ponerse en contacto con otras entidades y actores y construir dichas relaciones.

Desde nuestro punto de vista, y atendiendo al tipo de proyecto y tipo de turismo, creemos que sería recomendable que el tipo de organizaciones externas con las que mantengan una relación estrecha continúen siendo organizaciones sin ánimo de lucro. No nos referimos necesariamente a otras ONG, ya que se debe de evitar una relación de dependencia como

nos han comentado desde Wara. Sino otro tipo de organizaciones como pueden ser universidades o centros educativos, que con su conocimiento puedan compartir información, nuevas ideas o tecnologías, y apoyarles ante posibles cambios. También podrían establecer relaciones con instituciones más allá de lo local, es decir, regionales, nacionales o internacionales. Por ejemplo, consideramos que el MINCETUR, con su programa de Turismo Rural Comunitario, podría apoyar el proyecto y darlo a conocer para que la llegada de visitantes continúe y resulte sostenible en el tiempo, más allá del momento en el que Wara deje de colaborar en el mismo.

6. CONCLUSIONES

Ideas preliminares y definiciones

Para la realización del presente trabajo partíamos de una experiencia personal en la que reconocíamos que determinados tipos de turismo contribuyen especialmente al desarrollo. Y de la idea intuitiva de que dentro de los mismos proyectos hay factores que no se explican por la teoría económica tradicional, basada en una visión simple de la racionalidad económica. Por el contrario, entendíamos que en las transacciones económicas se integran elementos de carácter relacional o de capital social.

En la primera parte del trabajo hemos hecho una aproximación teórica a los conceptos de turismo y capital social, en el contexto del desarrollo. Posteriormente hemos descrito la interrelación entre ambos conceptos, ya apuntada por diversos autores.

En relación al concepto de turismo, hemos visto como tiene diferentes impactos, económicos, medioambientales y sociales, tanto positivos como negativos. El turismo es una fuente de crecimiento económico, generando ingresos y empleo, y en los países en desarrollo contribuye en diferente medida al desarrollo según el tipo de turismo de que se trate. En otras palabras, el efecto del turismo sobre estos países puede ser especialmente beneficioso cuando tiene en cuenta los principios de sostenibilidad.

El turismo sostenible es aquel que contribuye al desarrollo del territorio, y que se encuentra integrado en el entorno natural, cultural y humano, que comporta solidaridad, cooperación y respeto.

En cuanto al capital social, se considera que es un recurso capaz de movilizar otros recursos para alcanzar el desarrollo, de forma que la inclusión de los aspectos relativos al capital social en los modelos de desarrollo, provocan una modificación de los resultados finales en sentido positivo. Es un elemento catalizador, incluso indispensable, sin el cual muchos proyectos no generarían los resultados esperados en cuanto a mejora en las condiciones de vida de la población, empoderamiento y desarrollo en general.

Como hemos visto en la parte teórica del presente trabajo, los resultados de diversos estudios concluyen que existe una correlación positiva entre el capital social y el desarrollo turístico. Además, dichos estudios evidencian la validez de la teoría del capital social, como una herramienta que permite conocer la disposición de una comunidad para

afrontar procesos de desarrollo turístico que contribuyan al desarrollo local. También permiten indagar en los impactos que la actividad turística produce en las comunidades, en términos de generación de una estructura de redes interdependientes de actores sociales, basados en la confianza, la reciprocidad y la cooperación.

Parece contrastado que no todos los tipos de turismo comportan o generan las mismas relaciones de capital social. Para la realización del presente trabajo nos hemos centrado en el turismo sostenible. Algunas de las características del mismo, según Grifols (2003: 95) hacen esperar la existencia de un mayor capital social en este tipo de turismo. Las características a las que nos referimos son que está adaptado a la personalidad del lugar y basado en empresas locales y que es participativo, cuenta con la participación de todos los actores y una implicación de la población local.

La idea de la que partíamos al inicio del trabajo era identificar estos conceptos teóricos en un caso concreto, el proyecto de turismo vivencial comunitario desarrollado en la comunidad de Chacán, en Perú. Para ello hemos hecho una aproximación al entorno en el que se enmarca el proyecto y hemos descrito el mismo, sus orígenes, forma en que se articula, y siguientes pasos o necesidades.

Posteriormente hemos usado algunas premisas teóricas y las hemos analizado en este caso práctico. Asimismo, hemos ampliado la información sobre el capital social a través de una serie de preguntas específicas planteadas al equipo de la Asociación Civil Wara.

Después de analizar el proyecto usando la teoría del capital social, y analizando las respuestas a las cuestiones específicas planteadas al equipo de Wara, las principales conclusiones alcanzadas se resumen como sigue:

1. La cohesión del grupo no ha sido un proceso espontáneo o natural, sino que ha sido fruto del trabajo en equipo y el diálogo a través de las reuniones periódicas y la participación en las asambleas de la asociación.
2. El tipo de turismo llevado a cabo en este proyecto, basado en los principios del turismo sostenible y en el que hay una importante interrelación entre los visitantes y la población local, genera unas relaciones de capital social *bridging* entre ambos colectivos.
3. Las relaciones externas o *bridging* capital se reducen a la relación con Wara y con los turistas, lo que podríamos considerar como un débil *bridging* capital que sería necesario, a nuestro entender, reforzar.
4. Es una experiencia extrapolable a otras comunidades.

Conclusiones y recomendaciones

- 1. La cohesión del grupo no ha sido un proceso espontáneo o natural, sino que ha sido fruto del trabajo en equipo y el diálogo a través de las reuniones periódicas y la participación en las asambleas de la asociación.**

Como hemos descrito en apartados anteriores, hemos identificado un capital social *bonding* entre las mujeres que forman parte de la Asociación de Turismo Vivencial y Artesanal Ñusta Encantada.

Dichas relaciones se han ido fortaleciendo durante el desarrollo del proyecto, mediante la participación en las asambleas, al compartir vivencias y apoyarse para preparar la llegada de visitantes. La cohesión del grupo no se ha producido de forma natural o espontánea, sino que se ha trabajado a través de las asambleas.

La participación cívica ha sido una de las claves del éxito del proyecto, a través de las asambleas periódicas en las que se reúnen las mujeres. En dichas asambleas ha habido una evolución positiva en cuanto a participación activa, compartir experiencias, hacer oír su voz, etc. Dicha evolución, junto con la nueva actividad generadora de recursos, podría considerarse como un empoderamiento de las mujeres, que era precisamente el objetivo del proyecto.

- 2. El tipo de turismo llevado a cabo en este proyecto, basado en los principios del turismo sostenible y en el que hay una importante interrelación entre los visitantes y la población local, genera unas relaciones de capital social *bridging* entre ambos colectivos.**

Al tratarse de un proyecto de turismo sostenible, como hemos visto en apartados anteriores, tanto la comunidad receptora como los visitantes buscan una interacción. Y en este caso en concreto parece confirmarse que dicha interacción genera un capital social y que contribuye al desarrollo de la comunidad gracias al intercambio que se produce. Si bien es cierto, que dichas relaciones suelen ser efímeras o de duración determinada, mientras el visitante está en la comunidad receptora, y por lo tanto es un capital social débil.

- 3. Las relaciones externas o *bridging* capital se reducen a la relación con Wara y con los turistas, lo que podríamos considerar como un débil *bridging* capital que sería necesario, a nuestro entender, reforzar.**

También hemos identificado un capital social *bridging* entre las mujeres que participan en el proyecto y el personal de la Asociación Civil Wara principalmente, ya que son las personas que están en contacto directo.

Desde nuestro punto de vista, debido al próximo cambio en el que Wara dejará el proyecto para pasar a ser gestionado por la población local, consideramos que las relaciones externas o *bridging* capital son débiles, ya que actualmente se reducen a Wara y a los turistas. Sería recomendable trabajar en este sentido para fortalecer la capacidad de construir estas relaciones y las habilidades de comunicación de la población local para ponerse en contacto con otras entidades y actores y construir dichas relaciones.

Atendiendo al tipo de proyecto y tipo de turismo, creemos que sería recomendable que el tipo de organizaciones externas con las que mantengan una relación estrecha continúen siendo organizaciones sin ánimo de lucro. No nos referimos necesariamente a otras ONG, ya que se debe de evitar una relación de dependencia como nos han comentado desde Wara. Sino otro tipo de organizaciones como pueden ser universidades o centros educativos, que con su conocimiento puedan compartir información, nuevas ideas o tecnologías, y apoyarles ante posibles cambios. También podrían establecer relaciones con instituciones más allá de lo local, es decir, regionales, nacionales o internacionales. Por ejemplo, consideramos que el MINCETUR, con su programa de Turismo Rural Comunitario, podría apoyar el proyecto y darlo a conocer para que la llegada de visitantes continúe y resulte sostenible en el tiempo, más allá del momento en el que Wara deje de colaborar en el mismo.

4. Es una experiencia extrapolable a otras comunidades.

Por último, consideramos que es una experiencia extrapolable a otras comunidades o poblaciones. Pudiendo considerarse una actividad productiva complementaria, generadora de ingresos y empoderamiento de la población. Los requisitos para que funcione son que sea una zona con potencial turístico, estar coordinada a través de una asociación o grupo sólido de personas de la comunidad, y tener unas normas consensuadas para que todos los miembros las sientan suyas y que no se creen rencillas.

Limitaciones y futuras líneas de investigación

Como toda investigación este trabajo presenta una serie de limitaciones, que en todo caso pueden servirnos como guía para posibles extensiones futuras de la misma. Como ya apuntamos en el apartado de Metodología de la investigación, para la realización del presente trabajo se ha adoptado una metodología cualitativa de investigación, centrada en el análisis documental y de contenido de textos relacionados con los temas.

Dicho análisis documental se ha completado con el análisis de un caso concreto, en base al conocimiento previo y a una serie de conversaciones y preguntas específicas realizadas al personal de la Asociación Civil Wara y a un voluntario del proyecto.

Esta metodología de trabajo conlleva una serie de limitaciones. En primer lugar al tratarse de un único caso, nuestras conclusiones pueden estar sesgadas por las características específicas del mismo. Por otra parte, la visión puramente estática de este caso, no nos ha permitido observar los patrones evolutivos de las relaciones que se producen entre los actores presentes en el proyecto. En consecuencia las líneas futuras de investigación que el presente trabajo deja abiertas deberían de pasar por la ampliación de casos estudiados y un análisis longitudinal de los mismos.

Con todo entendemos que este trabajo supone un primer intento de analizar y comprender el desarrollo turístico sostenible en determinados contextos de desarrollo, a la luz de los conceptos y claves que proporciona el denominado enfoque relacional o de capital social.

7. BIBLIOGRAFÍA

- ARROW, K. (1999): “Observations on Social Capital, in Dasgupta, P and Serageldin, I. (eds) *Social Capital: A Multifaceted Perspective*”. Washington: World Bank, pp.3-5
- BANDURA, A. (1996): Regulation of cognitive processes through perceived self-efficacy. *Developmental Psychology*, 25, pp. 725-739
- BLASCO BOCIGAS, P., NAVAS LÓPEZ, J.E. y LÓPEZ SAÉZ, P. (2010): El efecto mediador del capital social sobre los beneficios de la empresa: una aproximación teórica. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, vol. 20, pp. 11-34
- BOURDIEU, P. (1986): “The Forms of Social Capital”. In Richarson, J. (ed.) (1986), *Handbook of Theory and Research for Sociology of Education*. New York, Greenwood
- BULLEN, P. y ONYX, J. (1998): “Measuring social capital in five communities in NSW”. Center for Australian Community Organizations and Management, Working papers series, n° 41, Sydney
- BURKART, A. y MEDLIK, S. (1981): *Tourism: past, present and future*. Heinemann, Londres
- CACCIUTTO, M. (2015): “La teoría del capital social: análisis de sus aportes y aplicación a estudios turísticos orientados al desarrollo”. Universidad Nacional de Mar del Plata
- COLEMAN, J. (1988): Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, vol. 94, pp. 95-120
- COSCIONE, M. y FUERTES, I. (2014): Apuntes asignatura SRI5102 Internacionalización de Desarrollo, Máster en Cooperación al Desarrollo, Universidad Jaime I de Castellón.
- DE KADT, E. (1979): *Tourism- Passport to Development? Perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries*. University Press of the World Bank and UNESCO New York, Oxford

- DURSTON, J. (2012): “El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural”. CEPAL. Disponible en http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2346/S2002033_es.pdf?sequence=1. Mayo de 2015
- ESTEBAN, Á. (2003): Nuevas demandas en turismo sostenible. *A Distancia*, Vol. 21, n° 1, pp. 27-31
- GARCIA MONTALVO, J. y REYNAL-QUEROL, M. (2003): “Capital social: instrumentos de medida y métrica desde la óptica de un economista empírico”. Fundación BBVA. Disponible en www.econ.upf.edu/~reynal/medicion.doc. Mayo de 2015
- GRANOVETTER, M.S. (1973): The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, Vol. 78, Issue 6, pp. 1360-1380
- GRANOVETTER, M. S. (1985): Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology* 91, pp. 481-510
- GRIFOLS, M.A. (2003): Ulixes 21. Por un turismo sostenible en el Mediterráneo. *A distancia*. Vol. 21, N° 1, pp.93-100
- GROOTAERT, C. (1999): “Social capital, household welfare and poverty in Indonesia”. Sustainable Development Network, The World Bank
- GROOTAERT, C. y NARAYAN, D. (1999). “Local Institutions, Poverty and Household Welfare in Bolivia.” Mimeo, Social Development Department. Washington, DC: World Bank
- HANIFAN, L.J. (1916): The rural school community center. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* Vol. 67, New Possibilities in Education, pp. 130-138
- HUNZIKER, W. y KRAPF, K. (1942): *Allgemeine Fremdenverkehrslehre*. Zurich
- INTERMÓN OXFAM (2014): “Pobreza y Desigualdad en Perú”. Disponible en <http://www.oxfamblogs.org/lac/wp-content/uploads/2014/10/Anexo-Peru-Desigualdad.pdf> Junio de 2015
- JURADO, F. (1992): *Los mitos del turismo*. Turismo y Sociedad. Ed. Endimiión. Madrid

- LANGFRED, C. (2004): Too much of a good thing? Negative effects of high trust and individual autonomy in self-managed teams. *Academy of Management Journal*, Vol. 47, No. 3, pp. 385–399
- LARSEN, L., HARLAN, S., BOLIN, B., HACKETT, E., HOPE, D., KIRBY, A., NELSON, A., REX, T. y WOLF, S. (2004): Bonding and Bridging Understanding the Relationship between Social Capital and Civic Action. *Journal of Planning Education and Research*, vol. 24, pp. 64-77
- LIN, N. (2001): “Building a Network Theory of Social Capital”. En Lin, N.; Cook, K. y Burt, R. (eds.). *Social Capital. Theory and Research*, Aldine de Gruyter, New York
- LÓPEZ GÓMEZ, M.D. (2007): “Turismo sin desarrollo. Informe de Investigación de Intermón Oxfam”. Disponible en <http://www.oxfamintermon.org/es/documentos/08/08/07/turismo-sin-desarrollo>. Abril 2015
- MACBETH, J., CARSON, D. y NORTHCOTE J. (2004): Social Capital, Tourism and Regional Development: SPCC as a Basis for Innovation and Sustainability. *Current Issues in Tourism*, 7 (6). pp. 502-522
- MARTÍNEZ QUINTANA, V. (2006): *Ocio y turismo en la sociedad actual: los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento en el mundo globalizado*. Madrid. McGraw Hill
- MATHIESON, A. y WALL, G. (1982): *Tourism: economic, physical and social impacts*. Longman, Londres
- MAZÓN, T. (1998): “El derecho al trabajo y el derecho al ocio” en Proyecto Docente. Universidad de Alicante. Alicante
- McEVILY, B. y MARCUS, A. (2005): Embedded ties and the acquisition of competitive capabilities. *Strategic Management Journal* num. 26, pp. 1033–1055
- MOLINA MORALES, F.X. (2008): “La estructura y naturaleza del capital social en las aglomeraciones territoriales de empresas. Una aplicación al sector cerámico español”. Fundación BBVA.
- MORAN, P. (2005): Structural vs relational embeddedness: social capital and managerial performance. *Strategic Management Journal* num.26, pp. 1129–1151

- MÚÑOZ DE ESCALONA, F. (2011): Economía del turismo: un confuso e insostenible panorama conceptual. *Revista TuryDes*, vol.4, num.11
- NAHAPIET, J. y GHOSHAL, S. (1998): Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 2, pp. 242-266
- NARAYAN, D. y CASSIDY, M.F. (2001): “A Dimensional Approach to Measuring Social Capital: Development and Validation of a Social Capital Inventory”, en *Current Sociology*. Disponible en http://commdev.org/userfiles/files/652_file_a020037.pdf. 20 de mayo de 2015
- NARAYAN, D. y PRITCHETT, L. (2000) “Social Capital: Evidence and Implications” (Washington, D.C.: The World Bank): 269-295
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. <http://www2.unwto.org/es> Mayo de 2015
- PARRA REQUENA, G. (2010): Capital social y transmisión de conocimiento en los distritos industriales. El rol de las instituciones locales. *Economía industrial*, N° 378, pp. 107-118
- PEARCE, D.G. (1989): *Tourist Development*. Longman Scientific and Technical, Londres
- POO, A. (1993): *Tourism, technology and competitive strategies*, CAB, Oxford
- PORTELA MASEDA, M. y NEIRA GÓMEZ, I. (2003): “Capital social: las relaciones sociales afectan al desarrollo”. Documento incluido dentro de la Biblioteca Digital de la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo. Disponible en www.iadb.org/etica
- PORTES, A. (1998): Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology. *Annual Review of Sociology*. Vol. 24: pp. 1-24
- PORTES, A. (2000): The two meanings of social capital. *Sociological Forum*, Vol. 15, N° 1, pp. 1-12
- PORTES, A. y LANDOLT, P. (1996): The Downside of Social Capital, *The American Prospect*, N° 26, pp. 18–21

- PUGNO, M. y VERNE, P. (2012): “Life Satisfaction, Social Capital and the Bonding-Bridging Nexus”. The World Bank Middle East and North Africa Region Economic Policy, Poverty and Gender Unit. Policy research working paper
- PUTNAM, R. (1993): “Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy”. Princeton, N.J: Princeton University Press
- SANCHO, A. (2008): “Introducción al Turismo”. Organización Mundial del Turismo. Disponible en <https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1128/9284402697.pdf>.
Abril de 2015
- STANKOVIC, S. (1991): The protection of life environment and modern tourism", *The Tourist Review*, Vol. 46, N° 2, pp.2 – 4
- SUDARSKY, J. (2000): Colombia’s social capital. The national measurement with the BARCAS. Colombia. BARCAS
- TRIVELLI, C., VON HESSE, M., DIEZ, A. y DEL CASTILLO, L. (2000): “Desafíos del desarrollo rural en el Perú”. Consorcio de Investigación Económica y Social. Disponible en:
<http://eureka.cies.org.pe/sites/default/files/files/diagnosticoypropuesta/archivos/dyp-02.pdf> Mayo 2015
- UPHOFF, N. (2000). “Understanding Social Capital: Learning from the Analysis and Experience of Participation.” In Partha Dasgupta and Ismail Serageldin (eds.), *Social Capital: A Multifaceted Perspective*, Washington, D.C.: World Bank
- UZZI, B. (1997): Social structure and competition in interfirm networks. The paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42, pp. 35-67
- VALDÉS, L. (1996): “El turismo rural en España” de Pedreño Muñoz, A. y Monfort Mir, V.: *Introducción a la economía del turismo en España*. Ed. Civitas, Madrid
- VARSHNEY, A. (2001): Ethnic Conflict and Civil Society India and Beyond. *World Politics*, Vol. 53, N° 3, pp. 362-398
- WOOLCOCK, M. (1998): Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society* 27 (2), pp. 151-208

- WOOLCOCK, M. y NARAYAN, D. (2000): “Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy”. The World Bank Research Observer; Aug 2000; 15, 2; ABI/INFORM Global. Disponible en http://158.121.110.113/~pubpol/documents/Woolkock-Week11_001.pdf. Mayo de 2015
- www.ayudaenaccion.org Recuperado el 15 de Agosto de 2015
- www.googlemaps.com Recuperado el 15 de Mayo de 2015
- www.socialcapitalresearch.com Recuperado el 10 de Abril de 2015
- www.wikipedia.org Recuperado en Mayo de 2015