

## Capital social y emprendimientos turísticos en zonas rurales. Una aproximación desde la perspectiva territorial

### Social capital and tourism entrepreneurship in rural areas. An approach from a territorial perspective

**Janet Rojas Martínez** 

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales  
Universidad de La Habana  
[janetdor14@gmail.com](mailto:janetdor14@gmail.com)

**Jorge Alfredo Carballo Concepción** 

Unión de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC),  
Cuba  
[alfrebaggio@hotmail.com](mailto:alfrebaggio@hotmail.com)

**María Teresa Martínez Fernández** 

Universidad Jaime I (UJI),  
España  
[tmartine@emp.uji.es](mailto:tmartine@emp.uji.es)

**Fecha de enviado:** 29/10/2024

**Fecha de aprobado:** 16/02/2025

**RESUMEN:** El presente artículo pretende analizar la relación entre capital social, emprendimiento y territorio, mediante una revisión y análisis de la literatura existente de estas categorías; en aras de develar posibles relaciones que contribuyan al desarrollo y consolidación de emprendimientos turísticos en zonas rurales. Partiendo de los diferentes aportes teóricos del capital social, se analiza el constructo desde las dimensiones estructural, cognitiva y relacional. El emprendimiento y la figura del emprendedor se abordan desde sus concepciones teóricas como elemento clave en procesos de desarrollo territorial, teniendo en cuenta los elementos que caracterizan a las personas emprendedoras; y el territorio desde sus componentes territoriales, como herramienta para el estudio y la comprensión de las dinámicas socio económicas y la gestión territorial. Finalmente, se relaciona el trinomio capital social-emprendimiento-territorio, para aportar análisis más completos que contribuyan a mejorar la gestión y el desarrollo de la actividad emprendedora turística en zonas rurales.

**PALABRAS CLAVE:** capital social; emprendimiento; territorio; emprendimiento turístico rural.

**ABSTRACT:** This article aims to analyze the relationship between social capital, entrepreneurship and territory, through a review and analysis of the existing literature on these categories, in order to unveil possible relationships that contribute to the development and consolidation of tourism enterprises in rural areas. Based on the different theoretical contributions of social capital, the construct is analyzed from the structural, cognitive and relational dimensions. Entrepreneurship and the figure of the entrepreneur is approached from its theoretical conceptions as a key element in territorial development processes, taking into account the elements that characterize entrepreneurs; and the territory from its territorial components, as a tool for the study and understanding of socioeconomic dynamics and territorial management. Finally, the trinomial social capital-entrepreneurship-territory is related to provide more complete analyses that contribute to improve the management and development of tourism entrepreneurship in rural areas.

**KEYWORDS:** social capital; entrepreneurship; territory; rural tourism entrepreneurship.

Desde las últimas décadas del pasado siglo, el capital social ha ganado importancia en la generación de valor e intercambio de conocimientos. Este enfoque se considera un activo por el cual instituciones, sociedad y comunidad pueden relacionarse y definir normas de interacción social mediante mecanismos de cooperación y participación para lograr objetivos comunes y favorecer el desarrollo (Bourdieu, 1980; Coleman, 1988; Putnam, 1993; Orrego, 2012).

La valorización de la dimensión territorial ha adquirido gran relevancia para comprender procesos vinculados al desarrollo, sobre la base de complejos y heterogéneos entramados que caracterizan y distinguen las diferentes instancias territoriales. En este sentido, el capital social se convierte en un elemento que tributa al proceso de desarrollo, donde es vital la participación y articulación de actores, públicos y privados, individuales y colectivos; así como el funcionamiento de las disímiles actividades económicas que coexisten en los territorios, como el emprendimiento.

Por su parte, el emprendimiento, presenta una relación bidireccional con el capital social. Por un lado, se considera al emprendimiento generador de capital social, que puede favorecer tanto el desarrollo competitivo de las unidades productivas, como el desarrollo humano sostenible de una sociedad (Rodríguez y Urbiola, 2019). Por otro lado, algunos autores enfatizan la importancia del capital social para la consolidación y el desarrollo del emprendimiento (Fernández y Puig, 2022). No obstante, ya sea desde una perspectiva u otra, es innegable que existe una relación directa entre ambos conceptos.

La literatura refleja que uno de los tipos de emprendimientos de mayor representación y consumo es el vinculado a la actividad turística. A nivel mundial, el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas, sociales y culturales de mayor impacto; situándose como elemento clave y dinamizador de muchos territorios, generador de derrames económicos, puestos de trabajo y transformaciones socio espaciales con características que varían según los diferentes contextos.

Estudios destacan las ventajas del capital social en el desarrollo de emprendimientos, al identificar este tipo de capital como un respaldo durante el proceso emprendedor y su desarrollo, influir en la consolidación y éxito empresarial o potenciar la motivación de las personas para emprender (Nieto y González, 2008).

Tras una exhaustiva revisión bibliográfica, que incluye bases de datos indexadas como Web of Sciences y Scopus, así como otros sitios y revistas académicas y de investigación, se pudo constatar un incremento de publicaciones sobre capital social, emprendimiento, turismo, territorio y espacios rurales (Rodríguez y Urbiola, 2019). Sin embargo, las cifras disminuyen cuando se habla de estudios donde se relacionan y analizan variables como: capital social y zonas rurales, capital social y turismo, y menos aún, y más específico, capital social y emprendimientos turísticos rurales.

De igual forma, no abundan investigaciones que aborden el binomio capital y territorio. Las que lo hacen, en su mayoría, utilizan a este último desde su acepción de área de poder político, administrativo o sectorial, un fragmento del espacio que delimita un ámbito de actuación (clúster, distrito, municipio, provincia), y que se corresponde con el área de estudio donde se

localizan los recursos y fenómenos a estudiar. La mayoría de los estudios consultados que vinculan capital social y territorio los hacen desde la perspectiva del análisis de redes, pero por lo general no realizan análisis más holísticos que incluyan sus componentes espaciales. Cabe destacar, además, casi la inexistencia de productos cartográficos (mapas) de capital social, ni de variables de este tipo de capital que se empleen en análisis espaciales.

El presente artículo pretende analizar la relación entre el trinomio capital social-emprendimiento-territorio, partiendo de una revisión y análisis de la literatura sobre estas categorías; en aras de develar posibles relaciones que contribuyan al desarrollo y consolidación de emprendimientos turísticos en zonas rurales, favorezcan su gestión y el desarrollo de la actividad. Sus resultados forman parte de la tesis de doctorado *Capital social y orientación emprendedora en empresas turísticas en destinos de interior. Una visión desde la perspectiva territorial*, que toma como objeto de estudio el destino turístico de Els Ports, Castellón de La Plana, España.

### **El capital social: un concepto en construcción**

La conceptualización teórica y el uso expandido del enfoque de capital social pudiera ser considerado relativamente reciente, pero sus bases no lo son, ya que, a inicios del siglo XX comienza a plantearse etimológicamente esta perspectiva. La literatura atribuye los orígenes del término en los trabajos de Hanifan (1916), Jacobs (1961), y Bourdieu (1980); los cuales sirvieron de referentes a estudios posteriores que matizaron la definición y sentaron las bases fundamentales de lo que hoy se conoce por capital social.

No obstante, hasta 1980 no se introduce una de las tres primeras corrientes de la Teoría del capital social, de la mano de Bourdieu (1980) (Martín-Gutiérrez, Díaz-Noguera, Hervás-Gómez y De la Calle-Cabrera, 2022), más enfocada al campo de la sociología y la antropología. El autor lo conceptualizó como: “el conjunto de recursos reales y potenciales que están ligados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento mutuo y de inter-reconocimiento” (Bourdieu, 1985, p. 248; citado en Portes, 1998, pp.3-4). Desde la perspectiva de Portes (1998), el capital social constituye un medio a través del cual es posible acceder a otros tipos de capital, como el económico (préstamos subsidiarios, información sobre inversiones, mercados protegidos); incrementar el capital cultural gracias a los contactos con expertos o individuos refinados, o asociarse a instituciones que otorgan credenciales valoradas.

Unos años más tarde, desde el campo de la economía se retoma con gran fuerza el término como componente productivo, bajo la visión principal del sociólogo estadounidense James Samuel Coleman, el cual lo considera como “aspectos de la estructura social que facilitan ciertas acciones comunes de los agentes dentro de la estructura” (Coleman, 1988, p. 98). Este autor llega a la conclusión de que las trayectorias vitales de los individuos de una sociedad varían (aun poseyendo el mismo capital humano) debido a la forma en que sus redes sociales e intercambios determinan el acceso a recursos de otra índole que influyen en su situación socio laboral (status, prestigio o cargo) (Martín-Gutiérrez, Díaz-Noguera, Hervás-Gómez y De la Calle-Cabrera, 2022). Surge así el capital social como un recurso productivo de la estructura

social, que posibilita el logro de ciertas metas que serían imposibles de alcanzar en su ausencia (Coleman, 1988).

A inicios de los años 90 del pasado siglo, el sociólogo y politólogo estadounidense Robert Putnam, uno de los máximos exponentes del capital social desde las ciencias políticas, lo aborda como un instrumento de análisis macro, como atributo de las comunidades, y no ya simplemente como un recurso de carácter individual (Forni, Siles y Barreiro, 2004), lo cual le confiere un giro conceptual a la categoría, antes poco visibilizada. Desde esta nueva perspectiva, el capital social lo define “como aspectos de la organización social tales como confianza, normas y redes, que pueden mejorar la eficiencia de una sociedad al facilitar la acción coordinada” (Putnam, 1993, p. 167).

A partir de la conceptualización de Putnam, se va definiendo y consolidando la teoría del capital social como el mecanismo que da forma a la calidad de las interacciones sociales de una comunidad, siendo el “adhesivo” que mantiene a las instituciones sociales juntas. En este sentido, es una propuesta que pretende analizar las relaciones o redes sociales de las personas y su incidencia en el desarrollo social y económico de una sociedad o comunidad (Martín-Gutiérrez, Díaz-Noguera, Hervás-Gómez y De la Calle-Cabrera, 2022).

En lo que se refiere al valor colectivo de las redes sociales, el capital social es considerado componente clave para planificar políticas públicas de desarrollo en organizaciones y organismos internacionales, como es el caso del Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo o la Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Los diferentes aportes teóricos científicos de los cuales bebió el concepto de capital social, hicieron de este un concepto muy amplio, polisémico y, a veces, hasta ambiguo; por lo que a pesar de las diversas conceptualizaciones y estudios que se han realizado sobre la materia, todavía no existe un único concepto que defina e integre las diferentes vertientes desde donde este se trabaja; aun cuando existen puntos en comunes entre algunos teóricos. A lo anterior se adiciona el hecho de lo engorroso que, en ocasiones, puede resultar encontrar información disponible y estructurada en bases de datos accesibles sobre elementos de capital social, medirlos y finalmente determinar empíricamente la contribución de este capital al desarrollo (Rodríguez-Modroño, 2012). Para ello, también se hace necesario contar con indicadores homogéneos para comparar datos, al menos en una primera aproximación.

Teniendo en cuenta las diferentes conceptualizaciones existentes, de manera general se puede asumir al capital social como un concepto polisémico, que implica, entre otras cuestiones, una riqueza intrínseca de la sociedad, basada en la construcción colectiva de confianza y credibilidad social, de relaciones duraderas, de redes de conocimiento y solidaridad mutua entre actores territoriales clave y recursos, donde existe un fomento de la participación activa, la convivencia cívica, la integración y movilización social.

### **Dimensiones y tipos de capital social**

El capital social constituye, probablemente, una de las innovaciones más prometedoras de la teoría social contemporánea (Forni, Siles y Barreiro, 2004), y al igual que su definición conceptual, las dimensiones e indicadores para

su análisis empírico han sido tema de debate (Esparcia, 2017; Rodríguez y Urbiola, 2019). Su aplicabilidad ha trascendido los fenómenos sociales, y más allá de su implicación en el desarrollo humano (Coleman, 1988), se ha incorporado en los resultados de las empresas y actividades económicas como el emprendimiento, transitando por diferentes escalas de análisis (individual, micro, meso y macro) asociado a comunidades, regiones geográficas, naciones, clúster y otros (Putman, 1993; Esparcia, 2017).

Una parte importante de la literatura integra y operacionaliza el capital social a través de la construcción multidimensional de Nahapiet y Ghoshal (1998), los cuales incorporan elementos de los principales pilares del concepto moderno antes citados (Bourdieu, Coleman y Putnam) para crear un modelo que establece tres dimensiones: estructural, relacional y cognitiva. Esta clasificación es empleada como uno de los enfoques centrales del capital social en el ámbito empresarial.

Nahapiet y Ghosal (1998) identifican el *capital social estructural* de acuerdo con la accesibilidad de las organizaciones a conocimientos, informaciones y otros recursos. Los actores incluyen en esta dimensión estructural la interacción social, por lo que el posicionamiento de los contactos de un actor en la estructura social y las interacciones pueden proveerle ciertas ventajas (obtención de información, puestos de trabajo, recursos, entre otras).

El *capital relacional* se vincula con el valor de la confianza y la capacidad comunicativa para integrar y combinar recursos. Esta dimensión se refiere a los activos en los que se basa estas relaciones, como la confianza, la cual puede inducir a realizar esfuerzos conjuntos, por lo que

es probable que un actor confiable recibirá apoyo para lograr sus objetivos, en un grado que no sería posible donde la confianza no existiera (Rodríguez-Modroño, 2012).

Por su parte, el *capital social cognitivo* se enfoca en el valor de la creación de lenguajes y normas comunes compartidas como factor clave de intercambio; donde se incluyen atributos como un código o paradigma compartido que facilita una comprensión común de los objetivos globales y los caminos apropiados para actuar en un sistema social (Rodríguez-Modroño, 2012).

Analizando esta clasificación de Nahapiet y Ghoshal (1998), Esparcia (2017) plantea que las categoría estructural y cognitiva constituyen el denominador común del capital social. La primera (dimensión estructural) es la estructura de relaciones, interacciones y redes, lo que denomina *componente formal*; y la segunda (dimensión cognitiva), el contenido de esas relaciones (los beneficios), que son la confianza mutua, los mecanismos de solidaridad, la reciprocidad y un sistema de valores y/o normas compartidas (Portes, 1998). Asume que la diferencia entre las tres categorías está dada por dimensión relacional o institucional, vista desde los sujetos o protagonistas (la clase social (Bourdieu), la estructura social (Coleman), o el colectivo (Putnam), sea este último bajo la forma de instituciones, asociaciones u organizaciones (que pueden tener carácter formal o informal).

Otra de las clasificaciones usadas y más difundidas del capital social es la ofrecida por Putnam (1993). El autor considera que los tipos de capital social surgen en función de las modalidades de asociación (formal e informal), de la frecuencia de relación entre las personas (densa y flexible), del uso privado o público del término (interno y externo) y de las

características y extensión que cobran las relaciones sociales (vinculante [Bonding] y crea puentes [Bridging]).

### **El emprendimiento y la figura del emprendedor**

El vocablo “emprendimiento” se deriva del término francés *entrepreneur*, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. Cantillón (1680), introduce por primera vez el concepto moderno de *entrepreneur*, definido: “como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en 'contratados' que reciben salarios o rentas fijas, y los 'emprendedores', que reciben ganancias variables e inciertas (Cantillón, 1680, p. 1734 citado en Rodríguez, 2009, p. 97).

Schumpeter, fue el primer economista que trató los conceptos de “emprendimiento” e “innovación” juntos. Él definió al emprendedor como una persona que combina los factores existentes en una única y novedosa manera de ofrecer valor. Su definición incluyó nuevos productos, nuevos servicios, nuevos procesos y nuevos mercados (Schumpeter, 1934).

De estos enfoques derivaron otras conceptualizaciones como la de Uribe y Reinoso (2013) que definen el emprendimiento como un

conjunto de competencias, que parte de la actitud de la persona, para captar oportunidades de su entorno, lo cual requiere un pensamiento sistémico, convertirlas en ideas innovadoras con base en su creatividad y generar proyectos productivos en diferentes campos, para beneficio propio y de su entorno (Uribe y Reinoso, 2013, p. 14).

Esta definición conduce a plantear que las acciones relacionadas con el éxito del

emprendimiento dependen de manera importante de una plataforma adecuada para ello, en la que intervienen diversos actores territoriales como el gobierno, la empresa privada, la academia y el personaje fundamental en el proceso: el emprendedor y su capacidad de conformar redes de cooperación (Uribe, 2017).

La definición del término ha ido evolucionando, a la vez que se ha transformado y asociado con el concepto de innovación. Actualmente, la persona emprendedora se encuentra en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, con características de planeación y ejecución, y es propensa al riesgo (Rodríguez y Urbiola, 2012).

Por lo general, cuando se analizan las características del emprendedor, se reconoce la existencia de, al menos, los siguientes factores: personales, de vocación emprendedora, potenciadores, generadores, y determinantes, donde cada uno desempeña un rol específico en la actuación del emprendedor (Uribe, 2017).

El modelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), asume que el desarrollo y el crecimiento económico es un resultado de las actividades emprendedoras en una localidad. El mencionado modelo establece que es necesario, conjuntamente con las condiciones del entorno que puedan generar o no emprendimientos, los factores o variables de tipo personal que son propias del emprendedor, como actitudes de riesgo, liderazgo y decisión, de tal manera que el individuo que tiene potencial emprendedor debe tener ciertas capacidades emprendedoras, además de tener la capacidad de detectar oportunidades para explotarlas mediante la creación empresarial, a través de la motivación y otras destrezas.

Janet Rojas Martínez, Jorge Alfredo Carballo Concepción, María Teresa Martínez Fernández

Más allá de su valor económico, el emprendimiento es también una práctica social orientada al aprendizaje personal y organizacional, en el desarrollo de acciones transformadoras del contexto, en el cual “el sujeto potencia sus dimensiones sociales, para emprender y construir tejido social” (Orrego, 2012, p. 239).

En este sentido, Hernández (2011), apunta a mirar si la figura del emprendedor es la clave del desarrollo local, puesto que es la iniciativa emprendedora la que transformará unos recursos endógenos del territorio en proyectos competitivos. El autor plantea que en la medida en que el emprendedor esté enraizado en dicho territorio y mantenga buenas relaciones, podrá aprovechar mejor esos recursos endógenos y, a la vez, su propia iniciativa emprendedora se convertirá en parte de esos recursos; lo que generará una reciprocidad entre el emprendedor y su entorno local (Kalantaridis y Bika, citados por Hernández, 2011).

En innegable que, la base conceptual del emprendimiento es heterogénea y multidimensional, y su desarrollo multifactorial, aspectos que caracterizan a la actividad. En este sentido, es importante tener en cuenta las particularidades del contexto social, cultural, político, económico, legal y educacional donde este se materializa, y que pueden actuar como barreras o impulsores de la actividad.

### **El capital social y emprendimientos turísticos en zonas rurales**

El turismo es un fenómeno espacial. Su práctica implica un desplazamiento y su consumo se tiene lugar sobre una base de carácter territorial, el destino turístico. Dicha implantación territorial puede producirse en diferentes

tipologías de espacios, entre los cuales están las áreas rurales, que se encuentran en un proceso de transformación donde ocurren cambios en los aspectos físicos o funcionales, pasando de ser espacios para la producción a espacios de consumo (Fernández y Puig, 2022). Se puede hablar, entonces, de una transformación en la noción de ruralidad, la cual se desvincula progresivamente de la actividad agrícola. En este nuevo enfoque, conceptos como el post-fordismo y el postproductivismo permiten entender las características de la renovada funcionalidad del espacio rural.

Tanto el emprendimiento como el capital social son temas de gran relevancia a la hora de analizar aspectos de desarrollo de un territorio, ya que se vinculan con elementos claves de la gestión territorial (Rodríguez y Urbiola, 2019). De un lado están las relaciones sociales, redes, confianza, cooperación y de otro, los procesos de emprender, generar ideas, empresas y formas de dirigirlas.

Estudios destacan las ventajas del capital social en el desarrollo de emprendimientos (Nieto y González, 2008; Uribe, 2017), al identificar este tipo de capital como un respaldo durante el proceso emprendedor y sus etapas de desarrollo, influir en la consolidación y éxito empresarial o potenciar la motivación de las personas para emprender. En este sentido, el capital social se convierte en uno de los recursos que debe existir en todas las etapas de desarrollo de una empresa, en la gestación, el crecimiento y la consolidación de la misma; pudiendo observarse su materialización en procesos exitosos de emprendimiento (Rodríguez y Urbiola, 2019). En esta línea, y tomando como referencia la Teoría de las Redes Sociales, comienzan a surgir investigaciones que abogan por la importancia de

desarrollar el capital social para potenciar el emprendimiento (Nieto y González, 2008), poniendo de manifiesto la necesidad de interactuar con el tejido social, crear vínculos de colaboración, establecer acuerdos y, generar y transmitir confianza (Uribe, 2017).

Solo las sociedades con un alto nivel de confianza social tendrán la capacidad de crear empresas flexibles y de gran escala, necesarias para competir exitosamente en la economía global; reflexión que también pudiera extrapolarse a escalas más locales. Por tanto, las redes de relaciones, desde la óptica del capital social, conllevan a emprender ideas de negocio, y en la medida en que estas se fortalezcan en el nivel individual, colectivo e institucional, será posible fortalecer los procesos de emprendimiento (Fernández y Puig, 2022).

Se trata entonces de poder entender cómo el capital social se objetiva en procesos de emprendimiento, establecer de qué manera esas relaciones o capital social permite o no que se fortalezca el emprendimiento, de tal manera que es necesario identificar cuáles son los factores que intervienen para que se dé el capital social a través de las redes de relaciones y qué factores intervienen en el emprendimiento desde el enfoque psicológico, toda vez que para los dos temas se parte del comportamiento de los individuos.

### **Territorio**

En las últimas décadas el concepto de territorio ha desbordado los límites fronterizos del pensamiento geográfico, para adquirir, cada vez más, mayor relevancia al interior de disciplinas de las ciencias sociales. Al igual que sucede con gran parte de la terminología de diferentes ciencias, la noción de territorio ha asumido

diversas acepciones, por lo que se han planteado múltiples discusiones sobre su significado y alcance analítico.

El vocablo territorio proviene del latín *territorium* o “la tierra que pertenece a alguien”, siendo una de sus acepciones más antiguas la de jurisdicción. En sus inicios era un término propio de la geografía, cuyo marco se fue redefiniendo hasta reemplazar, para algunos, la noción de espacio, la cual también ha sufrido transformaciones en el tiempo.

Tomando como referentes la concepción materialista histórica del territorio, este se asume como la apropiación y transformación del espacio, realizado por el conjunto de agentes que en él interactúan (Santos, 1985). En otras palabras, desde una perspectiva relacional, el territorio no debe entenderse como el simple soporte o espacio social en sí mismo, sino como un campo de fuerzas conformado por relaciones de poder que se manifiestan y actúan dentro de límites espaciales concretos sobre un sustrato de referencia.

Para el geógrafo brasileño Milton Santos, uno de los principales exponentes de la concepción materialista histórica del territorio, este resulta de una redefinición del concepto de espacio, entendido este último como: “un conjunto indisoluble, solidario y también contradictorio de sistemas de objetos y sistemas de acción; considerados no aisladamente, sino como el contexto único en el que se realiza la historia” (Santos, 2000, p. 54). El sistema de objetos se considera como todo lo que existe en la superficie terrestre, todo lo que resulta de la acción humana, y herencia de la historia natural; mientras que el sistema de acciones es el conjunto de relaciones sociales de producción (Santos, 1985).

Janet Rojas Martínez, Jorge Alfredo Carballo Concepción, María Teresa Martínez Fernández

La estructura territorial (espacial), por tanto, es un “conjunto indisociable de sistemas de fijos y flujos en procesos de permanente cambio, que atestiguan sobre un momento dado de un modo de producción” (Santos, 1985, p. 138). Es el lugar donde políticas y leyes se materializan, por lo que, dada las particularidades de cada área, los efectos de su implementación van a diferir según sus componentes y dinámicas socio-económicas. Retomando la similitud entre territorio y espacio geográfico, es posible trabajar el enfoque territorial desde las cuatro categorías que propone Santos (1985): los elementos fijos (objetos, formas), los flujos (acciones, funciones), la estructura que refleja la disposición relativa de fijos y flujos, y los procesos que en el tiempo modifican las anteriores categorías (Santos, 1985).

El territorio se construye a partir de la actividad en un “lugar”, de agentes que operan en diversas escalas. La actividad territorial hace referencia al conjunto de relaciones, vínculos espaciales y ubicaciones que utiliza un agente específico —ya sea una persona, institución, empresa, organización o grupo de poder— para desarrollar sus acciones. De ahí que Linck (2006), lo definiera como “un espacio apropiado por los actores que facilita una construcción colectiva y también “como un recurso productivo, manejado y valorado en forma colectiva” (Linck, 2006, p. 255).

Por tanto, los territorios que conocemos no son el resultado de una evolución “natural”, sino social (Martínez, 2012). En este sentido, la noción de territorio propuesta por Pecqueur (2000) de “entidades socio-económicas construidas” implica superar la visión geográfica e incorporar la dinámica social que permite nuevas ideas y soluciones a nivel local:

[...] el territorio no es una escala geográfica de coordinación entre actores (escala infrarregional, cantonal...) sino una dimensión que se sitúa entre el individuo y los sistemas productivos nacionales. El territorio, es entonces más que una red, es la constitución de un espacio abstracto de cooperación entre diferentes actores con un anclaje geográfico para engendrar recursos particulares y soluciones inéditas (Pecqueur, 2000, p. 15).

En este sentido, los actores sociales se convierten en configuradores del territorio, ya que encuentran en este, posibilidades para desplegar sus capacidades, creaciones e innovaciones. El reto consiste en articular la copresencia de múltiples actores que pueden ser individuos, grupos o instituciones, y que se ubican en diferentes escalas (internacional, nacional o local), para así poder plantear una visión de desarrollo integral e inclusivo, donde cada actor encuentre su lugar en la sociedad.

### **Capital social y territorio en el estudio del emprendimiento turístico en zonas rurales**

Las actividades, los procesos, el devenir cotidiano en general se materializan en un lugar, un espacio, un territorio determinado; ya sea en su dimensión social, económica, cultural, política o subjetiva; de manera individual y/o colectiva; regional o local. De ahí que, la valorización de la dimensión territorial ha adquirido gran relevancia para comprender procesos vinculados al desarrollo (Ramírez, 2006); sobre la base de complejos y heterogéneos entramados que caracterizan y distinguen las diferentes instancias territoriales.

Algunos autores consideran al capital social inherentemente espacial (Esparcia, 2017) y subrayan que un contexto territorial será más rico

en la medida en que sus individuos y grupos posean relaciones de mayor o menor alcance e intensidad (Triglia, 2001). Estudios han demostrado que, en lugares donde no existe o está poco desarrollado algún tipo de capital, en especial el económico, el capital social puede llegar a desempeñar un rol central (Martínez, 2012). Sin embargo, lo anterior no significa que el solo hecho de contar con cierto nivel organizativo conlleva a la existencia de capital social; por lo que es necesario mirar su comportamiento en otros niveles como el familiar, comunitario y/o empresarial.

Al hablarse de construcción social del territorio, es necesario considerar el elemento “relacional” de los actores que despliegan estrategias específicas, de acuerdo a intereses, vinculados con su ubicación en la estructura social (Martínez, 2012). Si se retoman los elementos de conformación de capital social, específicamente los planteados por Bourdieu (1985), donde identifica la presencia de una red duradera de relaciones y la existencia de reconocimiento e interreconocimiento mutuos, como elementos constitutivos de este tipo de capital, puede apreciarse que existen similitudes con las planteadas por Martínez (2012) para la construcción social territorial.

De ahí que resulte interesante, por un lado, conceptualizar el capital social como una variable más (pero importante), que incide en la construcción del territorio, y por otro, lo acertado de tener en cuenta al territorio, como una de las variables que interviene en la conformación del capital social.

Tomando como referente los principales tipos de capital social (Nahapiet y Ghoshal, 1998) y componentes territoriales (espaciales) (Santos, 1985), se advierten algunas similitudes que

permiten establecer relaciones de análisis entre ambos enfoques, que da paso a un modelo de integración capital social-territorio, aplicable al estudio de actividades económicas como el emprendimiento, y en nuestro caso el turístico rural.

Vale la pena resaltar acerca de la importancia que tienen los aportes de Coleman y Bourdieu, quienes enfatizan en el enfoque tanto interno como externo y en el nivel individual, colectivo e institucional. Al contrastar esto con el aporte de Nahapiet y Ghoshal (1998), existe una significativa relación con los emprendimientos turísticos rurales, ya que por su carácter tienen relaciones internas y externas, lo que contempla a la vez las relaciones individuales, colectivas y/o institucionales, y posibilita la cooperación entre las partes. De igual forma, la relación capital social y emprendimiento turístico rural, puede ser analizada desde los elementos que componen los territorios mediante sus fijos, flujos, la forma en que estos se estructuran y los procesos que acontecen para ello.

Por tanto, es acertado hipotetizar que el estudio integrado del trinomio capital social-emprendimiento turístico-territorio, puede aportar análisis más completos y certeros, en aras de contribuir a la mejora de la gestión y el desarrollo de la actividad emprendedora turística en zonas rurales.

### **Conclusiones**

El capital social es un término muy amplio y polisémico que ha ganado reconocimiento, entre otras cosas, por su aporte a la generación de valor e intercambio de conocimientos, y a la búsqueda de nuevas estrategias de desarrollo local y de gestión innovadora territorial. A pesar del amplio número de estudios, aún no existe una

Janet Rojas Martínez, Jorge Alfredo Carballo Concepción, María Teresa Martínez Fernández

única definición que integre sus diferentes perspectivas, lo que dificulta su medición directa, y provoca la elaboración de distintas dimensiones para operacionalizar su contenido teórico en términos empíricos.

El emprendimiento posee una base conceptual heterogénea y multidimensional. Su desarrollo es multifactorial, donde, además de la dimensión económica, intervienen una serie de características propias de la persona emprendedora y del entorno emprendedor, que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad. Más allá de su valor económico es también una práctica social, que aporta al desarrollo de acciones transformadoras en los territorios, donde el sujeto, la participación y las relaciones, son elementos clave para construir el tejido social y potenciar el desarrollo territorial. En este sentido, y teniendo en cuenta las potencialidades del enfoque, el capital social pudiera actuar como factor dinamizador de emprendimientos turísticos en zonas rurales.

Por su parte, el territorio, es un término amplio e integrador que también se ha transformado con el tiempo, al igual que su alcance, componentes y aplicabilidad; traspasando los límites de las ciencias geográficas y revalorizándose en diferentes procesos de desarrollo. Resulta de una evolución natural pero también social, ya que se construye y modifica bajo un heterogéneo entramado de relaciones sociales, que dibujan y desdibujan los elementos que lo componen. De ahí que, el análisis integrado de sus componentes es una útil herramienta para estudiar sus dinámicas y, por ende, de las actividades económicas que en él se realizan como el emprendimiento; sin obviar las particularidades de cada espacio, como los rurales.

La revisión y el análisis bibliográfico realizado apuntan hacia una relación positiva en el trinomio capital social-emprendimiento-territorio. Su estudio integrado favorece la identificación y articulación de actores clave, redes socio económicas y/o de conocimiento, fomenta alianzas, espacios de participación, solidaridad, cooperación y mejora de resultados empresariales; con lo cual se tiende a estimular la creación o consolidación de emprendimientos turísticos en zonas rurales. De ahí que, el análisis de indicadores de capital social en emprendimientos turísticos en zonas rurales, desde una perspectiva territorial, puede favorecer la toma de decisiones y la gestión de la actividad; así como la evaluación, diseño e implementación de políticas y estrategias de desarrollo más certeras vinculadas a la misma

#### **Referencias bibliográficas**

- Bourdieu, P. (1980). *El sentido práctico*. Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (1985). The forms of Capital. En: Richardson, J.G. (Org.). *Handbook of theory and research for the sociology of education*. Nova lorque: Greenwood, pp. 241-58.
- Coleman, J. (1988). Social Capital in the creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, pp. 95-120.
- Esparcia, J. (2017). *Capital social y desarrollo territorial: redes sociales y liderazgos en las nuevas dinámicas rurales en España* (tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona.
- Fernández, M. y Puig, A. (2022). El papel del cooperativismo en el turismo rural de la Comunidad Valenciana. *Economía Pública, Social y Cooperativa*, 41, pp. 183-212.
- Forni, P.; Siles, M. y Barreiro, L. (2004). ¿Qué es el Capital Social y cómo analizarlo en contextos de exclusión social y pobreza? Estudios de caso en Buenos Aires, Argentina. *Research Report* No. 35. East Lansing, Michigan: Julian

Janet Rojas Martínez, Jorge Alfredo Carballo Concepción, María Teresa Martínez Fernández

- Samora Research Institute, Michigan State University.
- Hanifan, L.J. (1916). The rural school community center. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 67(1), pp. 130–138.
- Hernández, H. (2011). La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías administrativas científica, funcional, burocrática y de relaciones humanas. *Revista Escenarios* 9(1), pp. 38-51.
- Jacobs, J. (1961). *The death and life of great american cities*. Random House.
- Linck, T. (2006). La economía y la política en la apropiación de los territorios. *ALASRU*, 3, pp. 251-285.
- Martínez, L. (2012). Apuntes para pensar el territorio desde una dimensión social. *Ciências Sociais Unisinos*, 48(1), pp. 12-18.
- Martín-Gutiérrez, A.; Díaz-Noguera, M.D.; Hervás-Gómez, C. y de la Calle-Cabrera, A.M. (2022). Modelo de aprendizaje en línea para la formación de los estudiantes universitarios. *Aprendizaje y formación experiencial*, Luque de la Rosa, A. Ed. Dykinson, pp. 35-45.
- Nahapiet, J. y Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), pp. 242-266.
- Nieto, M. y González, N. (2008). Capital social: un análisis de su influencia en la existencia, descubrimiento y explotación de oportunidades empresariales. Presentado en el *XVIII Congreso Nacional de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE)*, León, España, 14-16 de septiembre.
- Orrego, C.I. (2012). La fenomenología y el emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, 27, pp. 235-252.
- Portes, A. (1998). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1–24.
- Carpio e I. Novacovsky (Comps.) *De igual a igual: El desafío del Estado ante los nuevos problemas sociales* (pp. 243-266). Fondo de Cultura Económica.
- Putnam, R. (1993). *Making democracy work. Civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press, Princeton
- Ramírez, B.R. (2006). *Espacio-tiempo y territorio*. Ciudades, 70, pp. 3-8.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 26, pp. 94-119.
- Rodríguez, M. y Urbiola, A. (2019). Capital Social y Emprendimiento: reflexiones teóricas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), pp. 397-420.
- Rodríguez-Modroño, P. (2012). Análisis relacional del capital social y el desarrollo de los sistemas productivos regionales. *Redes. Revista hispana para el análisis de redes sociales* 23(2), pp. 260-290.
- Santos, M. (1985). *Espacio y método*. Universidad de Barcelona.
- Santos, M. (2000). *La naturaleza del espacio*. Editorial Ariel.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. McGraw-Hill.
- Uribe, M. (2017). El emprendimiento: algunas reflexiones desde un enfoque de revisión. *Clío América*, 11(22), pp. 219-239.
- Uribe, M. y Reinoso, J. (2013). *Emprendimiento y empresarismo*. Ediciones de la U, Bogotá.

#### **Conflicto de interés**

Los autores declaran que no existen conflictos de intereses.

#### **Contribución de autoría**

Janet Rojas Martínez: Conceptualización, metodología, investigación y redacción.

Jorge Alfredo Carballo Concepción: Investigación, análisis formal y redacción.

María Teresa Martínez Fernández: Curación de datos, metodología y redacción