



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título:

El capital social y la innovación en la actividad turística rural. Un estudio en el cantón
Baños.

Trabajo de titulación para optar el título de:

Licenciatura en Administración de Empresas

Autoras:

Mónica Judith Bonilla Lucero

María Isabel Guamán Parco

Tutor:

Dr. Víctor Dante Ayaviri Nina PhD.

Riobamba – Ecuador

2024

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Nosotras, Mónica Judith Bonilla Lucero, con cédula de ciudadanía 155001639-6 y María Isabel Guamán Parco, con cédula de ciudadanía 060522984-8, autoras del trabajo de investigación titulado: El capital social y la innovación en la actividad turística rural. Un estudio en el cantón Baños, certificamos que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedemos a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, serán de nuestra entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 07 de marzo de 2024.



Mónica Judith Bonilla Lucero
C.I: 155001639-6



María Isabel Guamán Parco
C.I: 060522984-8

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Dr. Víctor Dante Ayaviri Nina catedrático adscrito a la FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: EL CAPITAL SOCIAL Y LA INNOVACIÓN EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA RURAL. UN ESTUDIO EN EL CANTÓN BAÑOS, bajo la autoría de Mónica Judith Bonilla Lucero y María Isabel Guamán Parco; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 27 días del mes de febrero de 2024.



Dr. Víctor Dante Ayaviri Nina

TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “EL CAPITAL SOCIAL Y LA INNOVACIÓN EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA RURAL. UN ESTUDIO EN EL CANTÓN BAÑOS”, presentado por Mónica Judith Bonilla Lucero, con cédula de identidad 155001639-6 y María Isabel Guamán Parco, con cédula de identidad 060522984-8, bajo la tutoría de Dr. Víctor Dante Ayaviri Nina; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 07 días del mes de marzo de 2024.

Ph.D. Martha Romero

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO

Mgs. Ximena Tapia

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

Mgs. Patricia Chiriboga

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

CERTIFICADO ANTIPLAGIO



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-08.15
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **BONILLA LUCERO MÓNICA JUDITH** con CC: **155001639-6** y **GUAMÁN PARCO MARÍA ISABEL** con CC: **060522984-8**, estudiante de la Carrera de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**EL CAPITAL SOCIAL Y LA INNOVACIÓN EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA RURAL. UN ESTUDIO EN EL CANTÓN BAÑOS.**", cumple con el **0%**, de acuerdo con el reporte del sistema Anti-plagio **TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 27 de febrero de 2024



TELÉFONO: DANTE AYAVIRI NINA

PhD. Dante Ayaviri Nina
TUTOR

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a Dios, mi familia y finalmente a mis docentes.

Mónica Bonilla.

Este trabajo va dedicado en primera instancia a Dios por darme la mayor de mis motivaciones que es mi hija Núa Mirreé quien ha sido mi inspiración para conseguir mis logros, a mi familia por cada una de sus palabras de aliento por no dejarme sola, a mis amigos por siempre creer en mis capacidades. Doy gracias de todo corazón a mis maestros que he tenido a lo largo de mis estudios por brindarme sus conocimientos y exigirme a alcanzar mis aspiraciones.

María Isabel Guamán.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por mantenerme con salud y sabiduría para conseguir lo propuesto.

A mi familia, por motivarme y apoyarme en todo momento para poder culminar mis estudios.

A mis docentes, que me formaron en las aulas de clase como profesional y aportaron a mi crecimiento personal.

A mis amigos, quienes estuvieron a mi lado apoyándome en momentos difíciles y de igual manera confiaron en mí, al hacerme parte de sus vidas.

A las montañas, por ser mi refugio y terapia en mis momentos de tristeza.

Finalmente, y no menos importante, a mí, por no rendirme y valorar el esfuerzo de todas las personas que están detrás de cada paso que doy, esperando verme triunfar en la vida.

Mónica Bonilla.

A Dios y a la vida por permitirme cumplir con este sueño de ser una profesional.

A mi abuelito que me cuida desde el cielo y a mi abuelita que ha cuidado de mí desde niña.

Gracias infinitas a mis amigos que con su compañía han logrado motivarme en mis peores momentos. Y eternamente agradecida con mi pequeño pedacito de mi ser, hija mía gracias por demostrarme lo que es la valentía, por darme fuerzas y alegrarme la existencia.

Gracias a todos quienes me brindaron su apoyo y tuvieron fe de que este sueño se cumpla.

María Isabel Guamán.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE FIGURAS	
ÍNDICE DE CUADROS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
1. CAPÍTULO I. INTRODUCCION	18
1.1 Planteamiento del Problema	19
1.1.1 Formulación del Problema	21
1.2 Objetivos	21
1.2.1 General.....	21
1.2.2 Específicos	21
2. CAPÍTULO II. ESTADO DEL ARTE	22
2.1 Antecedentes	22
2.2 Fundamentación teórica	29

2.2.1	Capital social.....	29
2.2.2	Innovación	36
2.2.3	Turismo Rural.....	40
3.	CAPÍTULO III. METODOLOGIA.....	48
3.1	Método	48
3.1.1	Hipotético-deductivo	48
3.2	Tipo de Investigación.....	48
3.2.1	Investigación descriptiva	48
3.2.2	Investigación correlacional	48
3.2.3	Investigación de campo	49
3.3	Diseño de Investigación	49
3.4	Técnicas de recolección de datos	49
3.4.1	Técnica.....	49
3.4.2	Instrumento	49
3.5	Población de estudio y tamaño de muestra	50
3.5.1	Población	50
3.5.2	Muestra	51
3.6	Hipótesis.....	52
3.6.1	Modelo hipotético propuesto	59
3.7	Métodos de análisis, y procesamiento de datos.....	59

3.7.1	Modelo Econométrico.....	60
4.	CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	65
4.1	Procedimientos estadísticos seleccionados	65
4.1.1	Correspondencia de ítems.....	65
4.1.2	Escala de valoración en la prueba de KMO y Bartlett.....	65
4.1.3	Análisis Factorial Confirmatorio	66
4.1.4	Modelo de ecuaciones estructurales	73
4.1.5	Prueba de hipótesis	74
5.	CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	78
5.1	Conclusiones	78
5.2	Recomendaciones.....	79
6.	BIBLIOGRAFÍA	80
7.	ANEXOS	102
7.1	Anexo 1 (Cuestionario).....	102
7.2	Anexo 2 (Aplicación de las encuestas)	108
7.3	Anexo 3 (Operacionalización de las variables).....	110
7.4	Anexo 4 (Variables y correspondencia de ítems).....	112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Establecimientos turísticos de las parroquias rurales del cantón Baños.....	50
Tabla 2.	Simbología utilizada en los modelos estructurales	61
Tabla 3.	Escala de valoración en la prueba de KMO y Bartlett	65
Tabla 4.	KMO y Prueba de Bartlett	66
Tabla 5.	Resumen de ecuaciones para el modelo	69
Tabla 6.	Estadísticos de normalidad	71
Tabla 7.	Valores de Bondad de Ajuste Análisis Factorial Confirmatorio	73
Tabla 8.	Contraste de la relación de las variables para aceptar o rechazar las hipótesis .	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Factores determinantes del capital social.....	32
Figura 2.	Tipos y concepciones del capital social.....	34
Figura 3.	Características del turismo rural	46
Figura 4.	Modelo hipotético	59
Figura 5.	Modelo de vías.....	62
Figura 6.	Significancia estadística del modelo de 8 factores	70
Figura 7.	Modelo de ecuaciones estructurales.....	74
Figura 8.	Modelo Final.....	75

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.	Dimensiones, componentes y características del capital social.	33
Cuadro 2.	Actores sociales y sus características.....	35
Cuadro 3.	Barreras que impiden la innovación.	38
Cuadro 4.	Categorías funcionales para identificar el tipo de innovación.	39
Cuadro 5.	Definiciones de Turismo rural.	41
Cuadro 6.	Ventajas y desventajas del Turismo rural	44
Cuadro 7.	Modalidades del turismo rural	45
Cuadro 8.	Fases de los modelos SEM	63
Cuadro 9.	Variables y sus reactivos.....	67
Cuadro 10.	Estadísticos de Bondad de ajuste y criterios de referencia	72
Cuadro 11.	Confirmación de hipótesis	77

RESUMEN

En el Ecuador existen pocos estudios que relacionen al capital social y la innovación con el turismo rural, sin embargo, estas variables son de mucha importancia ya que al vincularse con las actividades del turísticas se convierten en un motor que impulsa el desarrollo en el sector rural, permitiendo alianzas estratégicas con los actores locales, reforzando la participación y la confianza, siendo los miembros de las comunidades los principales agentes de cambio para alcanzar el desarrollo turístico mediante las capacidades y potencialidades del territorio. En este contexto, la investigación considera oportuno identificar los principales determinantes del capital social, la innovación y de la actividad turística. Para lo cual se realiza una revisión de antecedentes teóricos y empíricos que demuestren los factores que expliquen a las variables de estudio y su relación con la actividad turística rural. Para el estudio se ha tomado en cuenta los establecimientos que se dedican a actividades turísticas en las cuatro parroquias rurales Ulba, Lligua, Rio Verde y Rio Negro pertenecientes al cantón Baños. Se aplica la prueba de KMO y esfericidad de Bartlett para comprobar el muestreo y la matriz de identidad de los datos. Se aplica el AFC (Análisis Factorial Confirmatorio) dónde se ajusta y se comprueba la correlación de las variables en el modelo. Finalmente, se realiza el modelo de ecuaciones estructurales para comprobar la relación entre las variables exógenas y endógenas y se contrasta las hipótesis.

Palabras claves: capital social, innovación, turismo rural, confianza, actores locales, desarrollo local.

ABSTRACT

In Ecuador, only some studies relate social capital and innovation to rural tourism. However, these variables are significant since they become an engine that drives development in the rural sector when linked to tourist activities. They are allowing strategic alliances with local actors, reinforcing participation and trust, with community members being the primary agents of change to achieve tourism development through the capabilities and potential of the territory. In this context, the research considers it appropriate to identify the main determinants of social capital, innovation, and tourism activity. A review of theoretical and empirical background is carried out that demonstrates the factors that explain the study variables and their relationship with rural tourism activity. For the investigation, the 313 establishments registered in the PDOT that is dedicated to tourist activities in the four rural parishes Ulba, Lligua, Rio Verde, and Rio Negro belonging to the Baños canton were considered as a population, and 173 were considered for the sample. Bartlett's KMO and sphericity test to check the sampling and identity matrix of the data. Likewise, the CFA (Confirmatory Factor Analysis), where the correlation of the variables in the model was adjusted and checked. Finally, the structural equation model was carried out to verify the relationship between the variables, which resulted in most of the proposed hypotheses being accepted.

Keywords: social capital, innovation, rural tourism, trust, local actors, local development.



Reviewed by:
Mgs. Maria Fernanda Ponce
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 0603818188

1. CAPÍTULO I. INTRODUCCION

El capital social es considerado un sistema de suma importancia en las organizaciones sociales, ya que fomenta lazos estratégicos mediante distintos elementos como lo son las redes, normas sociales, confianza y cooperación permiten obtener beneficios equilibrados entre los miembros. El mismo, ha sido utilizado para explicar algunas problemáticas y temas interesantes de estudio, por ello, se hace énfasis en las implicaciones que tiene el turismo al relacionarse con procesos sociales, políticos y económicos (Serrano et al., 2018), también, es importante reconocer que en el turismo rural existe un bajo porcentaje de innovación y asociatividad. A pesar de ello, el campo turístico tiene una alta demanda a nivel mundial, y el cantón Baños no es la excepción, pues al ser un referente importante del turismo en Ecuador, la demanda actual de turistas exige un alto grado de innovación en sus productos o servicios.

Así mismo, el cantón Baños es un gran ejemplo de cómo capitalizar los recursos locales y utilizar estrategias innovadoras para el turismo y este pueda generar resultados positivos para las comunidades rurales mediante enfoques de colaboración entre las empresas locales, el gobierno y la comunidad. Sin embargo, las investigaciones que incorporan la variable capital social e innovación en el turismo rural son muy pocas, por tanto, la investigación tiene como objetivo determinar el nivel de influencia del capital social e innovación en la actividad turística rural en el cantón Baños. La metodología utilizada en la investigación es hipotético-deductivo, donde se comprobará o rechazará las hipótesis mediante el análisis de datos en el programa SPSS y AMOS GRAPHICS de acuerdo con la información recolectada en las encuestas.

La investigación cuenta con 7 secciones en las que se analiza la relación que existe entre el capital social e innovación en la actividad turística rural en el cantón Baños. En la sección I se plantea y describe el problema a investigar. En la sección II se analizan los antecedentes y se desarrolla la fundamentación teórica de las variables. En la sección III se describe la metodología, las técnicas de investigación y se establece el modelo estadístico aplicado para la comprobación de hipótesis. En la sección IV se encuentran los resultados y la discusión de la investigación. En la sección V se establecen las conclusiones y recomendaciones, en la sección VI se expone la bibliografía empleada y finalmente en la sección VII se encuentran los anexos que respaldan la investigación.

1.1 Planteamiento del Problema

El capital social es un tema muy interesante y se ha convertido en un objeto de estudio dentro de las ciencias sociales. Este concepto se ha venido utilizando para explicar diferentes problemáticas y variables importantes, como lo es el turismo, mismo que al relacionarse con procesos sociales, políticos y económicos, es un foco para las investigaciones (Serrano et al., 2018). En esa línea Coleman (1990) señala que “el capital social se conforma de una serie de estructuras, mismas que constan de algunos aspectos de estructura social y facilitan ciertas acciones de los individuos que están dentro”, por tanto, el capital social es un motor de crecimiento en lugares aislados o en vías de desarrollo, se basa en las relaciones entre las personas, reglas de comportamiento, confianza, normas y asociaciones voluntarias. Es consecuencia, el capital social está presente en la relación entre los actores locales que promueven asociaciones y acuerdos productivos mediante actividades turísticas. Los autores, Millán et al., (2006) explican que las variable capital social e innovación en el turismo enfocado en el sector rural son indispensables para mejorar diferentes carencias que existen, mediante varias actividades, prácticas productivas y estrategias con el fin de disminuir el desequilibrio social.

Según Valencia et al., (2008) El interés de estudio por el capital social en países latinoamericanos parte desde los organismos de desarrollo que se mencionan a continuación: el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Comisión Económica de la Naciones Unidas para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Banco Mundial. Del mismo modo, Atria et al., (2003) mencionan que el CS es un punto clave que facilita la reducción de los índices de pobreza y se encamina a conseguir el desarrollo en distintos lugares. El Banco Mundial (2001) se refiere al capital social como el medio que permite a los miembros de la organización o actores sociales obtener y manejar los recursos de manera eficiente y compartir de forma equilibrada los beneficios obtenidos. En 2006, Morales menciona que en los países latinoamericanos, se han incrementado significativamente los estudios del capital social y la innovación en el espacio rural ya que éste ha dejado de ser un escenario exclusivo de producción de alimentos para convertirse en una fuente de turismo, según datos proporcionados por el Banco de Desarrollo de América Latina (2023) el turismo ocupó un lugar importante dentro de las actividades económicas no petroleras, en el año 2019 las cifras del turismo alcanzó el 42% de las

exportaciones totales del Caribe y el 10% de América Latina. En consecuencia, aportó al aumento de plazas de trabajo en un porcentaje del 35% en el Caribe y el 10% en América Latina. Este panorama le da al turismo importancia total en el desarrollo de comunidades vulnerables (Rodríguez y Granados, 2017) para de esta manera reducir la brecha de pobreza que afecta a muchos países latinoamericanos, sobre todo en el ámbito rural.

Para Gómez y Panchano (2019) el turismo en Ecuador en el contexto rural desempeña un rol interesante en el crecimiento y el desarrollo de las comunidades. Para los habitantes del sector rural el turismo se ha convertido en una alternativa viable para percibir mayores ingresos económicos y mejorar la calidad de vida, para lo cual Castillo (2016) añade que es fundamental aplicar estrategias competitivas e innovación en los procesos para ofrecer una atractiva oferta turística. En el caso del cantón Baños el turismo en su mayoría está relacionado con la naturaleza, ya que al encontrarse dentro del corredor ecológico Llanganates- Sangay, su flora y fauna es muy diversa. De acuerdo con los datos proporcionados por el Municipio de Baños (2020) el cantón cuenta con 26388 habitantes aproximadamente, de los cuales el 90% de la población se dedica y vive del turismo, mientras que en un 10 % perciben sus ingresos de otras actividades comerciales (Chávez, 2015).

En este contexto, la investigación se enfoca en conocer el nivel de influencia del capital social y la innovación en la actividad turística rural en el cantón Baños, dado que no existe evidencia empírica y científica de trabajos que se hayan realizado en este contexto, y a partir de las variables de estudio; en consecuencia, conocer el nivel de influencia del capital social e innovación permitirá descifrar los beneficios en el turismo rural. No obstante, existen datos que proporciona el municipio del cantón, diarios de comunicación y artículos que analizan el rol que desempeñan los actores locales y la importancia de la innovación para potenciar las actividades turísticas. Por tanto, existe la necesidad de abordar un problema de esta naturaleza en el cantón.

1.1.1 Formulación del Problema

La problemática que se aborda en la investigación se plantea de la siguiente manera: ¿Cuál es el nivel de influencia del capital social y la innovación en la actividad turística rural del cantón Baños?

1.2 Objetivos

1.2.1 General

- Determinar el nivel de influencia del capital social y la innovación la actividad turística rural en el cantón Baños.

1.2.2 Específicos

- Explicar el comportamiento del capital social e innovación en la actividad turística rural en el cantón Baños.
- Identificar si la asociatividad entre actores locales y el incremento de inversión en innovación en la actividad turística rural, son relevantes para explicar el desarrollo local en el cantón Baños.
- Aplicar el modelo de ecuaciones estructurales para contrastar las hipótesis planteadas.

2. CAPÍTULO II. ESTADO DEL ARTE

2.1 Antecedentes

Se han generado grandes controversias a cerca de la actividad turística rural, entendida como una estrategia de crecimiento socioeconómico que acelera los procesos de desarrollo en los países, debido a que está vinculado con varios sectores como; los servicios de hospedaje (airbnb, camping, glamping, hoteles, casa de campo, etc.), paraderos, restaurantes, compañías de transporte, agencias de viaje, entre otros, esto lo ha llevado a considerarse como una industria a gran escala a nivel mundial (Thalasselis, 2020). En esa línea, Gambarota y Lorda, (2017) y Agudelo et al., (2023) afirman que el turismo rural representa en la actualidad una importante actividad económica en los territorios, gracias a que estos poseen una gran biodiversidad que es atractiva para los visitantes locales, nacionales e internacionales. Esta actividad permite revalorizar el patrimonio natural y sociocultural, aumenta el mercado laboral, se enfoca en políticas de conservación ambiental, da apertura a alianzas estratégicas con un enfoque innovativo en los procesos, lo que repercute en la apertura de nuevos e interesantes emprendimientos en la localidad, en efecto ayuda a reducir los niveles de pobreza. También mencionan que el turismo genera impactos negativos que afectan directamente en la población local, pero que, con una adecuada planificación, pueden atenuarse o evitarse.

El estudio realizado por Snyman (2019), en seis países del sur de África, para medir el gasto en el turismo, recalca la importancia de esta actividad para alcanzar el desarrollo de espacios vulnerables, también hace énfasis en las capacidades organizativas de los habitantes para ofertar un producto o servicio turístico a partir de los recursos disponibles de su territorio, además de enlazar las tradiciones y costumbres africanas en esta actividad, lo que causa mucha curiosidad a los turistas. También hace énfasis en la inversión turística por parte de los actores locales, ya que de esto depende mejorar el producto o servicio, para ofrecer nuevas alternativas, que a su vez se recompensa en ingresos mensuales a partir del turismo. En ese contexto, Ayaviri et al., (2017) sustentan que las actividades y responsabilidades de los actores es importante en el desarrollo local, se fundamentan bajo principios de confianza, gestión colectiva, normas sociales y cooperación. Añaden a este planteamiento, Alaa, & Amare (2019), la participación comunitaria, las fortalezas y motivaciones.

En la actualidad ha tomado importancia el estudio del CS en la actividad turística rural, lo cual puede entenderse mediante tres desafíos según la investigación realizada por Wu & Liu (2019) en las zonas rurales en China, en primera instancia exige un equilibrio y una interfaz entre la intervención de arriba hacia abajo y el desarrollo de abajo hacia arriba para conocer directamente los diferentes intereses de las partes involucradas y de los miembros de la comunidad rural (Li et al., 2014; Li et al., 2019; Zhou et al., 2019). También se hace un especial enfoque en los planes y diseños gubernamentales partiendo del vínculo entre el CS y otros capitales, entendido como un punto clave para comprender la dinámica intrínseca y el potencial innovador dentro de las comunidades. Como segundo desafío se presenta la aprobación y participación de los integrantes de la comunidad en actividades económicas propias del territorio, dado que el capital social es una variable que provoca el crecimiento y desarrollo, mismo al estar ausente en una comunidad no sería posible mejorar la problemática existente. El último desafío hace énfasis en las capacidades y potencialidades, como fundamental para alcanzar el éxito, en consecuencia, el CS ofrece un lente útil para observar y comprender tales aspectos.

Para Malinton & Pamerdi (2021) el capital social es la fuerza que impulsa a la conformación de grupos de concientización turística e influye el reconocimiento y planificación de los recursos potenciales para incrementar estrategias competitivas en el destino, mediante la coordinación, las normas y creencias con el fin de que los objetivos del desarrollo sean sostenibles. Esta afirmación se fortalece con el criterio de (Espinosa et al., 2019), donde señalan que, al momento de involucrarse en negocios turísticos, se debe mencionar considerar los recursos disponibles y las actividades a ofrecer. Es decir, que en un destino turístico debe ofrecer una alternativa nueva, creativa y diferenciada, misma que resulte atractiva e interesante para los visitantes, del mismo modo debe existir una adecuada gestión turística, implementar la innovación en todos los sectores, manejar plataformas de promoción y a su vez aplicar medidas que contribuyan a la práctica de actividades turísticas sostenibles.

Los autores (Arida et al., 2019; Nugraha et al., 2021), también concluyen que el desarrollo turístico comunitario tiene la capacidad de crear una economía rural sostenible, tal criterio también es acuñado por (Scheyvens y Laeis, 2021; Pasanchay y Schott, 2021), dónde añades que el gobierno central y regional también intervienen de manera directa en el acrecentamiento del turismo rural como fuente para el crecimiento en los espacios rurales, lo

que provoca cambios socioeconómicos, demográficos y a su vez efectos negativos por la práctica descontrolada del turismo (Wardani et al., 2022; Prayitno et al., 2022a).

Por otro lado, Utami (2021), recalca que actualmente las comunidades rurales enfrentan grandes desafíos en el sector turístico, a causa de la pandemia, se desencadenaron nuevos enfoques y estrategias para el crecimiento en el turismo, tal es el caso, estudiado en Indonesia, donde desempeñó un papel fundamental la preparación comunitaria mediante planes de acción enfocadas a enfrentar una crisis, arraigados a los principios del capital social, como lo son, la confianza, cooperación, redes asociativas entre otras, Sie (2020), Prayitno et al., (2022a) y Prayitno et al., (2022b).

Ostrom y Ahn (2009) y Makridis y Wu (2021), añaden a los principios del capital social las reglas formales/informales de acción colectiva, que funciona como fortaleza para unir a las comunidades y generar una respuesta conjunta ante una eventualidad o crisis. Así también, estudios afirman que los eventos de crisis en los destinos turísticos generan impactos negativos en las emociones, actitudes y comportamiento de los turistas, lo que afecta directamente a la comunidad (Su et al., 2022).

En esa línea, Ayala et al., (2023) investigaron mediante un mapeo sistemático el turismo y la alteración del CS en el contexto rural, dónde el resultado fue una importante relación entre la confianza, participación y empoderamiento con los actores locales, igualmente aclara que el capital social depende 100% de la participación comunitaria en los procesos turísticos, ya que estos tienen el poder para tomar decisiones en beneficio de la misma, además afirma que se debe fomentar políticas de prácticas turísticas sostenibles, de igual modo que se respete la identidad cultural y el entorno, por otro lado, si el turismo es masivo y no se fomenta la sostenibilidad y el respeto a la cultura local, los efectos pueden comprometer a las futuras generaciones y generar daños irreversibles al ambiente. Asimismo, García et al., (2022), aporta mediante su estudio realizado del capital social en un mirador reconocido en México, que la cooperación y la confianza son elementos fundamentales para conseguir mejores condiciones de desarrollo y fomentar el turismo local a partir del empoderamiento y lazos asociativos.

Entre las investigaciones que se han enfocado en analizar el vínculo existente entre el CS con el turístico y el desarrollo en el sector rural está la investigación desarrollada por

Tomay & Tuboly (2023) en tres pueblos de Hungría donde mencionan que en algunos sectores rurales dedicados al enoturismo local el éxito alcanzado ha sido posible a raíz de los valores comunitarios y empresariales, confianza, red local, facilidad de comunicación entre los habitantes de la comunidad, desarrollo de actividades planificadas, participación en la toma de decisiones (asociaciones de turismo local) y normas sociales compartidas sin mucha red externa.

A partir de ello, los productores de uvas y de otros productos principales para la elaboración de vino consideran al enoturismo como un estilo de vida que mediante un enfoque más atractivo para el turismo lo han vinculado con la gastronomía convirtiendo así en una experiencia más satisfactoria para los visitantes. En ese contexto, Osorio y Domínguez, (2019) y Tomay (2019), recalcan que el CS genera un gran impacto para la economía y el desarrollo local, de igual forma se considera un motor de arranque para la creación de relaciones de intercambio que apoya a la creación de nuevos emprendimientos, mediante la conformación de redes sólidas en la comunidad.

Conclusiones similares se encontró en el análisis factorial confirmatorio (CFA) aplicado por Prayitno et al., (2023) ya que al estudiar el rol del capital social en la mejora de las condiciones de vida en la comunidad en la aldea turística de Sidomulyo, Indonesia, evidencia que la confianza es un fuerte determinante del CS y está formado por dos indicadores, el primero es el nivel de confianza del pueblo en las instituciones turísticas en la construcción de pueblos turísticos y en segundo lugar el nivel de confianza en el desempeño de las instituciones turísticas. Otra variable con alta influencia es la red social medida por los indicadores de participación en actividades religiosas del pueblo, actividades sociales, actividades tradicionales, entre otras, esto contribuyen de manera significativa a mejorar la calidad de vida de la aldea turística. Un estudio similar es el de Martínez y Baca (2022) en el cual aplican un modelo (SEM) utilizando el software PLS, para comprobar el la correlación del turismo rural con los recursos disponibles en la localidad, los aspectos culturales, los recursos humanos organizados y productos turísticos sostenibles, dónde se comprueban las 3 hipótesis planteadas con una relación positiva con valores superiores a 0, 292, entre las 3 variables de estudio.

Otro estudio referente a la relación capital social-turismo rural es el presentado por Cao et al., (2022), donde establece que existen varios componentes que intervienen en las decisiones

de los turistas para tener una conciencia de sostenibilidad, esta premisa se fundamenta en el conocimiento y se basa en la teoría del comportamiento estructurado, que a través de encuestas aplicadas en la zona rural de Huzhou en China, afirma mediante las ecuaciones estructurales que el comportamiento del turista, las leyes y normas y la conducta, afectan de manera positiva y directa a las intenciones de clasificación y sostenibilidad de los turistas, del mismo modo, la confianza interpersonal afecta de forma positiva y directa en las intenciones de clasificación de los turistas, es decir se cumple la relación hipotética planteada en la investigación.

El rol del capital social dentro de la actividad turística es muy importante ya que al coadyuvar al fortalecimiento de la credibilidad y compromiso entre los integrantes de la comunidad, también permite la generación de nuevas vías hacia los emprendimientos sostenibles, considerando el uso adecuado de los recursos y a partir de ello ofertar nuevas experiencias y productos turísticos, creando proyectos innovadores que beneficien a las nuevas generaciones.

De acuerdo al planteamiento de Putnam (2000) como se citó en (Joo et al., 2019) el CS se clasifica como capital social puente y capital social vinculante, el primero se refiere a vínculos débiles, es decir relaciones en donde los miembros comparten información sin ninguna conexión emocional, mientras que en el capital social vinculante surgen de fuertes vínculos que se dan constantemente entre los miembros de la red, entonces al relacionar el capital social con el turismo, se hace énfasis en la existencia de fuertes vínculos en donde los miembros comparten conocimiento, información, decisiones y de esta forma los lazos se ven reflejados en la oferta turística y creación de valor de los recursos locales, usando nuevas tecnologías para mejorar la calidad de experiencia que perciben los visitantes en el espacio rural, sin excluir el conocimiento e idiosincrasia de la comunidad, de modo que las prácticas turísticas no se orienten únicamente a generar ganancias, sino también a incrementar las funciones y crear nuevos vínculos con los actores (Burgos y De la Torre, 2014).

De igual forma, el estudio realizado por Salvagni et al., (2020) aborda la importancia de la cooperación, innovación y turismo en la región vitícola y vinícola en Brasil, afirman que el enoturismo es un medio para alcanzar el desarrollo en los pueblos y comunidades a partir de la producción de materia prima, procesos, preparación y ventas de vino, los agricultores mediante proyectos en conjunto con entidades del gobierno y entes de inversión privada,

buscan conservar los espacios de cultivo y ofrecer nuevas tendencias a los turista, lo cual ha permitido que el enoturismo se haya convertido en una práctica consolidada en la mayoría de recintos vitivinícolas, en los países europeos de forma tradicional o emergentes en el panorama de América Latina y Asia.

Para Shen et al., (2019), Gao & Cheng (2020) y García y Ospino (2020) el turismo rural, también tiene efectos negativos, ya que acelera los procesos de urbanización, desgaste ambiental entre otros, por ello es necesario establecer sistemas basados en conservación, innovación, dónde se involucren los representantes locales y se conviertan en generadores de cambio. Continuando con el criterio anterior, Randelli & Martellozzo (2019) y Kaptan et al., (2020) sostienen que para alcanzar el éxito en las actividades de turismo rural se debe contar con un plan económico sin perder el sentido de protección a los ecosistemas. Existen otros factores que vienen acompañados con el término innovación (Ristic, 2019), tales como el marketing, gestión colectiva, gestión de los destinos turísticos, cultura rural, liderazgo empresarial, gobernanzas efectivas y estrategias asociativas (Gard, et al., 2015; Eusébio, et al., 2017).

Por lo tanto, se crea la necesidad de implementar un nuevo enfoque innovativo, el cual fue incluido en los procesos de las nuevas asociaciones, la estructura empresarial y el sistema de gestión, para garantizar la armonía en los negocios y atraer a inversionistas externos hacia el área rural. En esa línea Salvagni et al., (2020) aclaran que el éxito en las empresas turísticas se debe al nivel de innovación, socialización, uso del conocimiento y la credibilidad de la información que comparten los actores dónde se determine con claridad el contexto de intervención el mismo que puede ser local, regional y nacional. El mayor desafío que enfrentan estos grupos es la escasez de recursos para invertir en publicidad y marketing digital, lo cual retrasa la comercialización de un producto o servicio. Es de conocimiento el aporte a la economía que genera el turismo a través de la generación de divisas al país y las regiones esto depende en gran medida de los agentes de gobierno y actores locales.

Según la investigación de Gabor et al., (2023) los turistas quieren que *“their money to have value”* es decir, que requieren de experiencias únicas, adrenalina, relajación, o simplemente algo innovador y diferente a las prácticas comunes. De acuerdo con el planteamiento de Coca et al., (2023) se debe implementar la investigación, desarrollo e

innovación (I+D+I) en el turismo rural que tiene mucho potencial por descubrir, lo cual genera excelentes resultados para el desarrollo, crecimiento económico y competitividad de un lugar. Asimismo, autores como Ratković et al., (2022) proponen implementar soluciones innovadoras, para disminuir los impactos que provocan estas actividades turísticas en la sociedad, naturaleza, identidad cultural y promover el desarrollo dinámico del turismo.

En esa línea, el BID, mediante su boletín de innovación en colaboración con la OMT, consideran y proponen como soluciones innovadoras para “transformar y revitalizar el turismo en países como Bahamas, Barbados, Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, Nicaragua, Panamá, República Dominicana, Surinam y Trinidad y Tobago, los siguientes enfoques; desarrollo de la fuerza laboral, sostenibilidad ambiental (salvaguardar la biodiversidad, adoptar gestión de residuos, modelos de economía circular y/o prácticas agrícolas clima-inteligentes), uso de tecnologías innovadoras y disruptivas, sostenibilidad financiera, contribución positiva al impacto económico, social y ambiental” (BID LAB, 2020).

Por otro lado, la innovación en estos tiempos es una estrategia competitiva para todo tipo de empresas, del mismo modo en la actividad turística, para lo cual, Mullo et al., (2019) en su investigación de Innovación y desarrollo turístico, afirman que los enfoques de la innovación se pueden aplicar en el producto o servicio, mejoramiento de procesos (haciendo énfasis en los procesos productivos, medios de comercialización y distribución, manejo programas informáticos que permite mejor el servicio y experiencia del cliente), la estructura organizacional y relaciones internas (conocimiento y difusión, motivación laboral, productividad, ventajas competitivas). En el Ecuador, las investigaciones relacionadas a explicar el fenómeno del capital social y la innovación en las actividades turísticas son muy pocas, por ello, esta investigación analiza aportes teóricos del capital social, la innovación y la actividad turística rural, para entender la relación de estas variables en el cantón Baños.

2.2 Fundamentación teórica

A fin de poder entender la influencia de los determinantes del capital social, la innovación en la actividad turística rural, en primer lugar, se revisa los enfoques teóricos que demuestran el vínculo entre las variables mencionadas.

2.2.1 Capital social

Analizando el nexo entre los agentes locales y el turismo, el CS es definido por Bourdieu (1986) como un conjunto de recursos reales o potenciales que generan un compromiso duradero con relaciones de conocimiento y reconocimiento mutuo entre los actores. En la misma línea, Silva y Martínez (2019) mencionan que la ampliación de las redes sociales entre los actores surge a partir de la asociatividad y confianza, por otro lado, Falquemberg y Gazzera (2020) concluyen que mediante los recursos, relaciones, redes, estructuras, instituciones, normas, valores, empoderamiento, reciprocidad y confianza se puede comprender el capital social en un sector. Varios autores como Urteaga (2013), Valero (2019) y García et al., (2022), identifican al CS como un sistema organizativo basado en redes sociales, normas, cooperación, empoderamiento, reciprocidad, confianza y asociatividad dentro de un grupo social.

Por tanto, el CS se concibe como un componente intangible que permite crear vías de desarrollo y genera mayores rendimientos en las empresas y establecimientos turísticos, mediante el compromiso individual y colectivo para asumir retos, gestionar y extender redes de relaciones basadas en el compromiso, reciprocidad, confianza para la transformación de los recursos locales mediante un conocimiento productivo y un enfoque de innovación.

Para entender a profundidad el capital social, el presente estudio hace énfasis en la literatura expuesta por autores e investigadores de las ciencias sociales dónde explican la existencia tres vertientes teóricas de esta variable.

2.2.1.1 Teoría estructural

El autor Bourdieu (1983) y Coleman (1990), concuerda en definirlo como un cúmulo de recursos a disposición para el individuo procedentes de su compromiso y participación en redes asociativas. Particularmente, para Bourdieu (1983) este concepto se refiere “al valor de

los recursos tangibles e intangibles que forman parte de una red de relaciones en las que existe reconocimiento mutuo, mismas que pueden ser institucionalizadas”.

Estas relaciones se evidencian a través de la integración en grupos, los cuales pueden ser: ONGs, partidos políticos, asociaciones productivas, entre otros, conformados por agentes que comparten responsabilidades e intercambian conocimientos, para obtener beneficios (Téllez, 2002). Por ello, al asociarse buscan el beneficio económico, debido a su enfoque en las redes sociales duraderas las mismas que permiten o crean el acceso a los recursos para los que la conforman. Asimismo, Hernández et al., (2003) mencionan que según Bourdieu la definición se amplía, por lo cual dentro de la relación existen más tipos de capital y campos que poseen una ponderación diferencial.

Coleman (1990) sostiene que las personas mediante una red construyen el capital social con el objeto de incrementar sus oportunidades individuales, es decir, el autor concibe al capital social como un contrato realizado entre los miembros de la red considerando los factores económicos. A raíz de esta definición, es necesario puntualizar que hace énfasis en la confianza que poseen o deben poseer los individuos para conformar una red de relaciones con objetivos colectivos establecidos para alcanzar beneficios equilibrados. En ese contexto, Coleman (1990) se refiere a la confianza como una relación de credibilidad y lealtad entre dos o más actores.

2.2.1.2 Teoría cultural

En esta vertiente, se identifica al capital social como una condición subjetiva que integra valores, normas y actitudes dentro de las relaciones de los individuos. De acuerdo con el planteamiento de Fukuyama (1996) como se citó en Arboleda et al., (2008) el capital social se considera los valores éticos y morales ya que las leyes y la institucionalidad no son suficientes para la conformación de relaciones sociales. También puntualiza que dentro de los elementos de la credibilidad están las responsabilidades de carácter mutuo entre los actores mismo que da paso a los organismos públicos y privados operen de manera correcta, también es importante que se establezcan hábitos culturales que rescaten la identidad de la comunidad.

Kliksberg (2002) coincide en que el capital social y la cultura son puntos clave para evidenciar el crecimiento socioeconómico en un determinado territorio. Por lo tanto, esta vertiente teórica se complementa con la vertiente estructural, ya que ambas hacen énfasis en la

confianza, también se observa una dualidad entre las redes y el orden sociales establecido estructuralmente, a partir de elementos culturales como son: tradiciones, creencias, normas, cosmovisión, valores éticos y morales que comparten los individuos.

2.2.1.3 Teoría que asume una perspectiva integracionista

Finalmente, la tercera teoría de la capital social conocida como integracionista, se evidencia en el planteamiento de Putnam (2003), donde las redes sociales toman mayor importancia y valor para los individuos que lo conforman, de igual manera considera la cultura y a partir de esta la asociatividad. Asimismo, en la investigación acerca del crecimiento económico en algunos lugares en Italia, el autor hace énfasis en los antecedentes que permitieron el crecimiento económico a través del CS. También deben ser estudiados los elementos como: la credibilidad, normas sociales, empoderamiento, entre otros, y a partir de ello, mejorar la eficiencia de las organizaciones (Bagnasco, 2003).

Revisadas las definiciones y las vertientes teorías se puede decir que el capital social y el capital humano no funcionan de manera separada, ya que el primero promueve el desarrollo del segundo y viceversa (Jaramillo y Szauzer, 2003). De igual manera, la participación social, solidaridad social, organización iniciativa, cooperación y confianza son considerados como factores determinantes del capital social, ya que refuerzan las relaciones de una comunidad mediante experiencias participativas y organizativas (Flores y Rello, 2001; Fortini de Souza, 2014), los determinantes del capital social se muestran en la figura 1.

Figura 1. Factores determinantes del capital social



Nota: Esta figura muestra los determinantes del capital social

Fuente: Flores y Rello, (2001); Fortini de Souza, (2014).

El capital social ha experimentado algunos cambios con el pasar del tiempo en relación con el desarrollo económico, dónde se determinan cuatro enfoques: redes, comunitario, institucional y sinérgico, el último muestra mayor soporte empírico y relevancia, ya que considera diversos niveles y dimensiones del capital social, también reconoce los efectos positivos y negativos que pudieran ocasionarse. De igual modo, la visión de redes demuestra la significancia que tienen en las asociaciones, las relaciones horizontales y verticales de los actores de la comunidad, como refuerzo de la estructura social (Woolcock & Narayan, 2000).

2.2.1.4 Elementos cognitivos, estructurales y relaciones del capital social

En el cuadro que se expone a continuación se presentan las 3 dimensiones del capital social propuestas por los autores (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

Cuadro 1. Dimensiones, componentes y características del capital social.

Dimensiones o fuentes	Componentes	Características
Estructurales	Vínculos de red Configuración de red Organizaciones apropiables	-Señala el valor que tienen las redes sociales para proveer información a sus miembros. -Es la forma de estructuración de las redes en términos de densidad, conectividad y jerarquía. -Conformadas por lazos, normas y confianza, lo cual puede transferirse en el entorno social y por ende influir dentro de las relaciones existentes.
Cognitiva	Códigos y lenguajes compartidos Narrativas compartidas	-Poder inherente a códigos y lenguajes para dar acceso a personas e información. -Se conforma de mitos, historias y metáforas que pueden ser poderosos medios para promover significados dentro de la comunidad.
Relacional	Confianza, normas, obligaciones Identificación	-Hacen posibles compromisos orientados al intercambio y la cooperación, también los pueden inhibir o fomentar, -La identificación con un grupo aumenta las posibilidades de intercambio y colaboración

Nota: En este cuadro se presentan las dimensiones del capital social: estructurales, cognitiva y relacional.

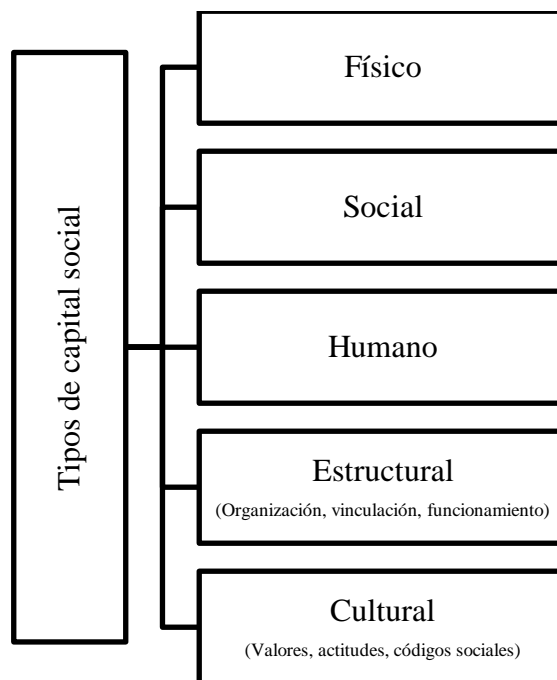
Fuente: Nahapiet & Ghoshal (1998)

En el cuadro anterior se identifica las dimensiones o fuentes del capital social, en primer lugar, se toma en cuenta la estructura, lo que permite asociar al capital social como un fenómeno medible y objetivo. Por otra parte, se encuentra la dimensión cognitiva, a partir del pensamiento colectivo, información, creencias, percepción, memoria, opiniones, etc., y finalmente la fuente relacional del capital social donde hace énfasis en la confianza y el intercambio entre los miembros de las redes.

Opuesto a Bourdieu (1998) y Coleman & Shapiro (2002), en estudios realizados por Newton (1997) y Paxton (1999) como se citó en García (2011) mencionan a la orientación cognoscitiva, denominándola “Culturalista”, afirman que es un fenómeno subjetivo que difícilmente puede ser medido, además está constituido por un grupo de valores y actitudes que definen la conducta de las personas. De igual modo, sostienen que la orientación relacional es

un elemento primordial para que se den procesos equitativos en una red y entre redes generando reciprocidad entre los individuos.

Figura 2. Tipos y concepciones del capital social



Fuente: López et al., (2017).

2.2.1.5 Capital social-Turismo

Esta variable tiene mucha importancia en actividades productivas, y no es la excepción el turismo. Actualmente en los países latinoamericanos y en los que se encuentran en vías de desarrollo esta actividad se considera como motor de desarrollo y crecimiento, debido a que crea un modelo de economía circular que trae múltiples beneficios. De tal forma que, el turismo se convierte en una alternativa para el desarrollo y genera encadenamientos productivos en la localidad (Prado, 2020).

Por lo tanto, es una tarea compleja medir de una sola forma el capital social dado a que se involucra en aspectos como la cultura, cosmovisión, confianza, asociatividad entre otros., sin embargo, la medición ofrece la posibilidad de identificar actividades y procesos que coadyuven al desarrollo local. Por lo tanto, establecer una tipología para medir el CS dentro de la actividad turística es un reto, en el (cuadro 2) según Ramírez et al., (2018) se mide esta

variable considerando los stakeholders, ya que, para (Freeman, 2005) cualquier persona que influye o puede ser influenciado a través del cumplimiento de las metas organizacionales, puede ser denominado como Stakeholders o actor.

Cuadro 2. Actores sociales y sus características

Actores sociales	Características
Comunidad	Espacio geográfico, dónde los integrantes comparten intereses, creencias, sentimientos, normas, valores, disposiciones, expectativas y herencia histórica, que lo diferencien de otras comunidades. De igual manera, la comunidad se expone a cambios sociales, económicos y culturales debido a la interacción con el turista.
Turista	Es considerado como la demanda de un lugar turístico, y los motivos de viaje son distintos según el perfil del turista, estos se desplazan a distintos lugares sin la intención de quedarse a vivir.
Actores privados	Está conformado por empresas y organizaciones creadas por capital financiero particular. El turismo desde su perspectiva económica se vincula con diferentes tipos de empresas de alojamiento, alimentación y bebidas, tours operadores, museos, asociaciones, clubs, universidades, promotores, entre otros.
Actores públicos	Son organizaciones e instituciones que dependen del gobierno, las mismas que fomentan el desarrollo, crecimiento y normativas, estas pueden ser: Gobiernos Municipales, Estatales y Federales, Fundaciones, Universidades. El fin de estas instituciones es gestionar, legislar y gobernar todos los recursos presentes en el destino turístico.

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro anterior, se describe que los actores sociales desempeñan un papel fundamental en el turismo, asimismo, se detalla las características que para los autores se consideran de mayor relevancia. Asimismo, el capital social se relaciona con la innovación en el turismo ya que a partir de los actores sociales se crean proyectos innovadores, lo cual permite diversificar los productos/servicios en la oferta turística.

2.2.2 Innovación

La teoría de la innovación define elementos como la competitividad, sistema organizacional, cambios tecnológicos (marketing, procesos, etc.), la percepción del cliente, como los principales determinantes para que exista innovación en una empresa (Ponce, 2011; OMT, 2019b). En ese marco, la OMT, resalta que la innovación en el ámbito turístico es la inserción de un producto sea este nuevo o mejorado dentro del mercado, la innovación también puede reflejarse en la gestión, planificación, enfoques de sostenibilidad, conservación ambiental, etc., (OMT, 2019a). En esa línea, para Criado (2021), el término innovación es muy amplio, el interés de estudio por los gobiernos y académicos a cerca de este fenómeno comenzó desde inicios del siglo XX. A continuación, se mencionan algunos planteamientos y como se fue insertando la innovación en las empresas.

Schumpeter (1976), planteó que la innovación era un conjunto de procesos dinámicos en dónde las nuevas tecnologías absorbían a las antiguas, es así como fueron desapareciendo las empresas u organizaciones que no se adaptaron a los cambios, lo cual dio paso a nuevas y mejores propuestas en el mercado, para Olaya (2008) y Ciborowski (2016) el proceso de adaptación lo denominaron como “destrucción creativa”. En años anteriores, Solow (1956) propuso el modelo fundamentado en la función de la producción neoclásica, demostró que la tecnología puede ser explicada como una variable de crecimiento endógeno que contribuye al desarrollo de los países, asimismo autores como Anzil (2002), Gerald (2007) y Romer (2019) han fortalecido esta teoría como factor de crecimiento endógeno.

Otros autores siguiendo la corriente de Schumpeter y del cambio tecnológico, perciben a la innovación desde una perspectiva holística, donde plantean que las organizaciones deben relacionarse con los agentes o actores de su territorio para dar paso a la innovación en diferentes áreas Freeman (1987). A partir de esta teoría, aparecieron los Sistemas Nacionales de

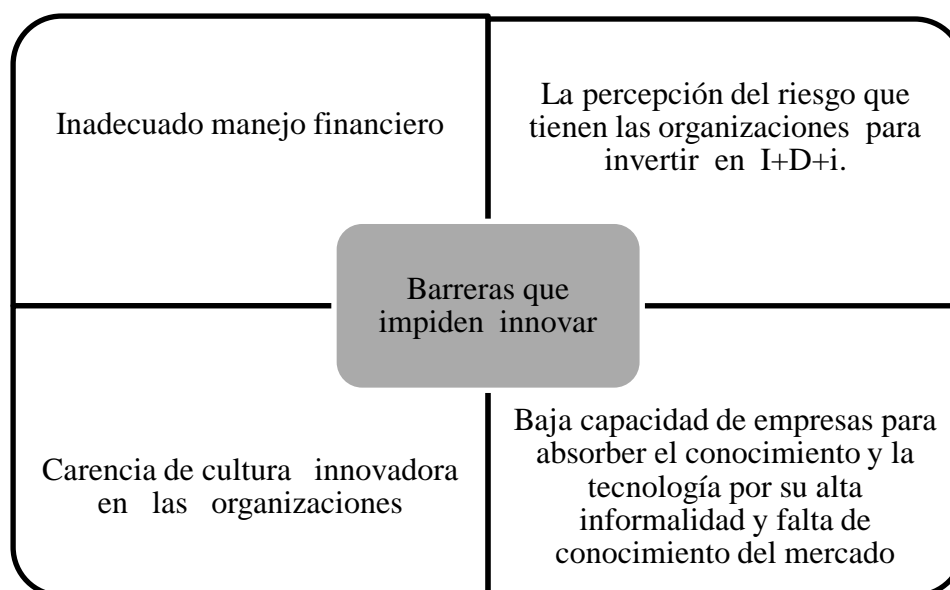
Innovación (SNI) Nelson & Winter (1982), Nelson (1993), Lundvall (1992), Edquist y Jonson (1997) y posteriormente, al relacionar dicha figura en el ambiente organizacional mediante los Sistemas Regionales de Innovación (SRI) (Cooke et al., 1997; Koschatzky, 1998; Hervás et al., 2011), para más adelante, insertar modelos actuales como son los ecosistemas de innovación (Adner, 2017; Vasconcelos et al., 2018; Taylor, 2021).

En ese contexto, para Espejel et al., (2017), bajo la perspectiva de ecosistema, la mejora continua en las organizaciones parte desde la producción hasta el último eslabón que es la distribución de los productos o servicios dentro del mercado. En ese mismo pensamiento, para autores como Thompson et al., (2018) y Pankov et al., (2021) también interviene en la relación entre los organismos interesados, sean estos con o sin fines de lucro, con el objeto de proyectar al turismo a un mercado altamente competitivo.

Actualmente, en los territorios el desarrollo está siendo impulsado por los ecosistemas de innovación y emprendimiento (Correa y Diez, 2020; Xie et al., 2021). Distintas investigaciones sobre la innovación han hecho énfasis en las características de las organizaciones o empresas innovadoras (Gledson & Phoenix, 2017; Bel & Ghodbane, 2019; Nofiani et al., 2021) y en manejo eficiente de las habilidades internas y externas de las mismas (Rothwell, 1994; Samara et al., 2012; Pirnau et al., 2018; Borseková et al., 2021). También existen estudio dónde mencionan las fuentes y barreras que pueden facilitar o impedir el desarrollo o adopción de la innovación.

Drucker (2008), afirma que la adopción de la innovación se relaciona con las fuentes internas (propias de la organización) y externas (no pueden ser controladas por la organización), mismas que ayudan a las organizaciones a identificar sus capacidades y potencialidades innovadoras a futuro (Rincón y Díaz, 2016). Por otro lado, los estudios en las pymes a cerca de las barreras de la creación o adopción innovación, afirman que los obstáculos más comunes son los que se mencionan en el siguiente cuadro.

Cuadro 3. Barreras que impiden la innovación.



Fuente: Adaptado de Rincón et al., (2021)

Elaborado por: Bonilla y Guamán, (2023).

Los enfoques sobre innovación mencionados, macro para los territorios, meso y micro para la industria y las organizaciones, hacen referencia a la importancia de la innovación, por ello existen distintas metodologías y documentos a nivel mundial que estudian su medición Gómez et al., (2018) y Cirera et al., (2020). En el año 1963 la OCDE lanza el Manual de Frascati para dar pautas a la medición de la investigación básica, aplicada y experimental. Más adelante, a inicios década del año 2000 creó el Manual de Oslo con el fin de recabar e interpretar los datos en innovación y a tecnología. El Manual de Oslo (2018) se refiere a la innovación como, el lanzamiento de un producto o servicio cualquier unidad institucional. En ese manual se plantean distintas tipologías de la innovación. Este manual distingue dos tipos de innovaciones la primera innovación por producto y la segunda innovación por procesos.

2.2.2.1 Innovaciones por productos

Las innovaciones de productos pueden ser por bienes y servicios.

Bienes: son objetos tangibles y algunos productos de captura de conocimiento, sobre los cuales se pueden establecer derechos de propiedad y cuya propiedad puede transferirse a través de transacciones de mercado (Brown, 2008).

Servicios: son actividades intangibles que se producen y consumen simultáneamente y que modifican las condiciones (por ejemplo, físicas, psicológicas, etc.) de los usuarios. El compromiso de los usuarios a través de su tiempo, disponibilidad, atención, transmisión de la información o el esfuerzo es a menudo una condición necesaria que lleva a la coproducción de los servicios por parte de los usuarios y la empresa (Brown, 2008).

2.2.2.2 Innovación por procesos de negocio

Este tipo de innovación se refiere a los procesos que implementa la empresa para poner en disposición los productos mencionados anteriormente. A continuación, se presenta los tipos de innovación por procesos:

Cuadro 4. Categorías funcionales para identificar el tipo de innovación.

Corto plazo	Detalle y subcategorías
1.-Producción de Bienes o servicios	Actividades que transforman insumos en bienes o servicios, incluida la ingeniería y actividades relacionadas (pruebas técnicas, análisis y actividades de certificación para apoyar la producción).
2.-Distribución y logística	Se refiere a actividades de transporte y prestación de servicios, almacenamiento y procesamiento de pedidos.
3.-Marketing y ventas	Esta función incluye: -Métodos de mercadeo que incluyen publicidad (promoción, colocación de productos, empaque de productos), mercadeo directo (telemercadeo), exhibiciones y ferias, investigación de mercado y otras actividades para desarrollar nuevos mercados. -Estrategias y métodos de fijación de precios. -Actividades de venta y postventa
4.-Sistemas de información y comunicación	Mantenimiento y provisión de sistemas de información y comunicación, incluyendo (hardware y software, procesamiento de datos y base de datos, mantenimiento y reparación, alojamiento web y otras actividades de información).
5.-Administración y gestión	-Gestión comercial estratégica y gerencial -Gobierno corporativo -Contabilidad y auditorías -Gestión de recursos humanos -Adquisiciones y gestión de relaciones externas con proveedores, alianzas etc.
6.-Desarrollo de productos y procesos comerciales	Actividades para determinar, identificar, desarrollar o adaptar productos o procesos de negocios de una empresa.

Nota: En el cuadro se presentan las categorías para identificar el tipo de innovación en los procesos de negociación. Adaptado de Brown (2008), "Business processes and business functions: A new way of looking at employment".

Asimismo, el manual de Oslo se mantiene como una base útil para que los países a través del marco institucional creen políticas públicas que soporten los sistemas de innovación Gómez et al., (2018) y Bigos & Michalik, (2020), conformados por distintas entidades que están en constante cambio. De igual manera, para Navarro et al., (2010) lo mejor que puede hacer una empresa es, direccionar recursos para actualizar su estructura y mediante la aplicación de herramientas tecnológicas ser competitivas en el actual mercado cambiante.

2.2.3 Turismo Rural

Esta variable es reconocida como estrategia para el crecimiento y desarrollo, en la que existe una interrelación entre el medio natural, social y cultural (Camacho, 2007). Esta actividad tiene contacto directo con la naturaleza, así pues, para potenciar el turismo rural es importante la ejecución de proyectos donde intervienen diferentes entidades, para el logro de los objetivos (OMT, 2020; Rodriguez, 2020). En el cuadro 5, se recopilan varias definiciones más aceptadas y recogidas en la literatura.

Cuadro 5. Definiciones de Turismo rural.

Autor/es	Definición
Comisión de las Comunidades Europeas (1990)	El turismo rural es muy amplio, por lo tanto, abarca cualquier actividad turística en el campo, actividades endógenas donde interactúan el hombre, el medio ambiente y los materiales.
Crosby (1993)	Las actividades desarrolladas en el medio rural y litoral se consideran como turismo rural.
Loscertales (1999)	Es un fenómeno que responde a las conductas cambiantes de los ciudadanos hacia el entorno rural, lo cual se considera como un factor de crecimiento socioeconómico.
Cànoves <i>et al.</i> (2005)	Es la actividad turística desarrollada en el espacio rural, dónde los turistas se interrelacionan de forma directa e indirecta con la sociedad local.
Instituto de Turismo de España (2014)	La actividad turística en entorno rural o natural no masificado
Domínguez y Lennartz (2015)	Se desarrolla en espacios naturales, pueden ser sectores agrícolas, montañas, aventura, entre otras. Estos espacios deben ser atractivos y de interés para el turista.
Sanagustín <i>et al.</i> (2018)	El turismo rural se caracteriza por el desarrollo en comunidades o pequeños territorios que poseen identidad cultural propia, dónde ofrecen alojamiento en pequeña escala y actividades de ocio.

Fuente: Adaptado de Moral et al., (2019) “Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales”

Teniendo en cuenta las distintas definiciones recogidas en el cuadro, se puede definir al turismo rural como las actividades realizadas en espacios rurales, o comunidades, dónde la población local juega un papel importante, de igual manera estos espacios rurales deben poseer identidad cultural, o aspectos relevantes, mismos que provoquen motivación y curiosidad al turista para que este pueda visitar y a la vez recomendar estos espacios.

2.2.3.1 Evolución del turismo

El turismo tuvo auge luego de la Segunda Guerra Mundial, denominándose turismo de masas, de acuerdo con Bertonecello (2002), al mejorar las leyes laborales se dio paso a las vacaciones pagadas y se amplió el tiempo de ocio en los sectores sociales medios, por lo que en la sociedad se incorporan las prácticas turísticas incrementando cada vez más los desplazamientos, la difusión y promoción de lugares, culturas y costumbres, por lo que se creó la necesidad de conocer nuevos espacios. A términos del siglo XX, con la aparición de la globalización generó reorganización de las actividades económicas, considerando al turismo desde un enfoque más amplio y posicionándolo como una actividad económica alternativa y viable en los países.

De acuerdo con Marchena (1993), en los años 90, la actividad turística enfrentó transformaciones y cambios, con relación a lo siguiente: Decaimiento de las actividades de sol y playa, vacaciones masivas y extensas. Efectos negativos y deterioro de los ecosistemas debido a la actividad turística masiva. Nuevas tendencias del turismo orientadas en otros segmentos y nichos de mercado. Cambios en la estructura del turismo a nivel internacional, con relación a nuevas tecnologías e innovación.

A partir de los cambios y reorganizaciones que se dieron en las actividades turísticas aparece un nuevo concepto denominado turismo alternativo o también llamado posindustrial o posfordista, mismo que para Osorio (2010) se caracteriza por tener estructuras de viaje más flexibles y heterogéneas con distintos enfoques de desarrollo, que pueden darse en espacios rurales o urbanos, tienen mayor alcance en los países en vías de desarrollo, dónde toma protagonismo los habitantes locales, a raíz de ello, se genera mayor conciencia y control de los efectos ambientales, sociales y económicos que conlleva la actividad turística.

En ese pensamiento, Bertonecello (1998) coincide que los integrantes de la comunidad juegan un papel fundamental en la interacción con los turistas, de igual forma, crean lazos de compromiso para preservar la naturaleza y el patrimonio tangible e intangible que posee el lugar. Asimismo, para Velázquez (2013) como se citó en (Tamayo et al., 2016), este nuevo enfoque del turismo es contrario al turismo tradicional, ya que en este se basa en resaltar la importancia de las sociedades locales, así es como se ha podido evidenciar un importante

crecimiento en países latinos en los últimos años, se ha mantenido en la escala entre 10 al 30% . De igual manera en Europa occidental, Estados Unidos y Canadá los turistas buscan ofertas de turismo, por ejemplo, turismo de aventura, ecoturismo o turismo rural, y estas se consideran como los componentes principales del turismo alternativo.

En Latinoamérica y el Caribe el turismo ha tenido un alto crecimiento en los últimos 20 años, lo cual ha permitido reducir el desequilibrio entre territorios. A partir del año 1995 hubo un crecimiento significativo de los visitantes, alcanzando una cifra del 330% en América Central, 213% con respecto a América del Sur, 86% para el Caribe y 70 % en Norteamérica (OMT-UNWTO, 2018, como se citó en Boussut y Salin, 2018).

En la actualidad esta actividad ha superado las etapas iniciales, mediante un largo proceso productivo y de mejora continua para tener un mayor alcance en el mercado turístico. Asimismo, es importante reconocer que las actividades turísticas en el medio rural generan grandes impactos positivos y negativos para las comunidades locales.

En este sentido, Moral et al., (2019) proponen que las ventajas y desventajas del turismo rural debe abordarse a partir de tres enfoques los cuales son: económico, ambiental y sociocultural. En el Cuadro 6 se describen los impactos positivos y negativos derivados de las actividades turísticas. Con relación a los efectos positivos se destaca la diversificación de la actividad económica del entorno local, se mantiene, la cultura y tradiciones, entre otras., De igual forma, se evidencian algunos inconvenientes generados a partir de una deficiente planificación turística en el entorno rural.

Cuadro 6. Ventajas y desventajas del Turismo rural

Enfoque	Ventajas	Desventajas
Económico	<ul style="list-style-type: none"> -Creación de empleo. -Generación de renta. -Mejora de la distribución de la renta. -Diversificación de actividades. -Mayor potencial para atraer inversiones. -Establecimiento de infraestructuras. -Aportación rápida de divisas que equilibran la balanza nacional de pagos. -Sustituto de exportaciones tradicionales. 	<ul style="list-style-type: none"> -Incompatibilidad con otras actividades. -Inflación. -Especulación. -Carácter estacional de los trabajos. -Distorsiones en la economía local. -Excesiva dependencia de la actividad turística.
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> -Mantenimiento, conservación y mejora de las zonas naturales. -Creación de Áreas Naturales Protegidas y preservación de lugares. -Sensibilización medioambiental. -Rentabilización de los recursos naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> -Degradación del entorno. -Desarrollo urbano no integrado en el paisaje. -Congestión tráfico – ruido. -Riesgo de perturbación de la flora y fauna por exceso de afluencia de visitantes.
Sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> -Elevación de la calidad de vida. -Mantenimiento de las tradiciones y costumbres locales. -Rehabilitación y preservación de monumentos, lugares históricos, etc. -Mayor movilidad social en comunidades locales muy jerarquizadas. -Intercambios culturales turistas/residentes. 	<ul style="list-style-type: none"> -Riesgo de conflictos entre comunidades locales y visitante. -Adulteración y cambio de las tradiciones locales y la cultura. -Excesiva presión de la afluencia de visitantes que provoque conductas antisociales. -Tensión social debido a la creación de empleos con salarios superiores a la media.

Nota: En este cuadro se presentan las ventajas y desventajas de los enfoques del turismo rural. Adaptado de Moral et al., (2019) “Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales”.

En esta línea, la progresiva concientización, el interés por enfrentar los impactos ambientales y el constante cambio de las necesidades y motivaciones de los visitantes por experimentar actividades y experiencias únicas e innovadoras, ha dado paso a diversas modalidades o tipologías del turismo rural. Entre ellas se encuentran: agroturismo, turismo ecológico, deportivo, cultural, de negocios, científico, entre otros, a continuación, se presentan algunas de ellas.

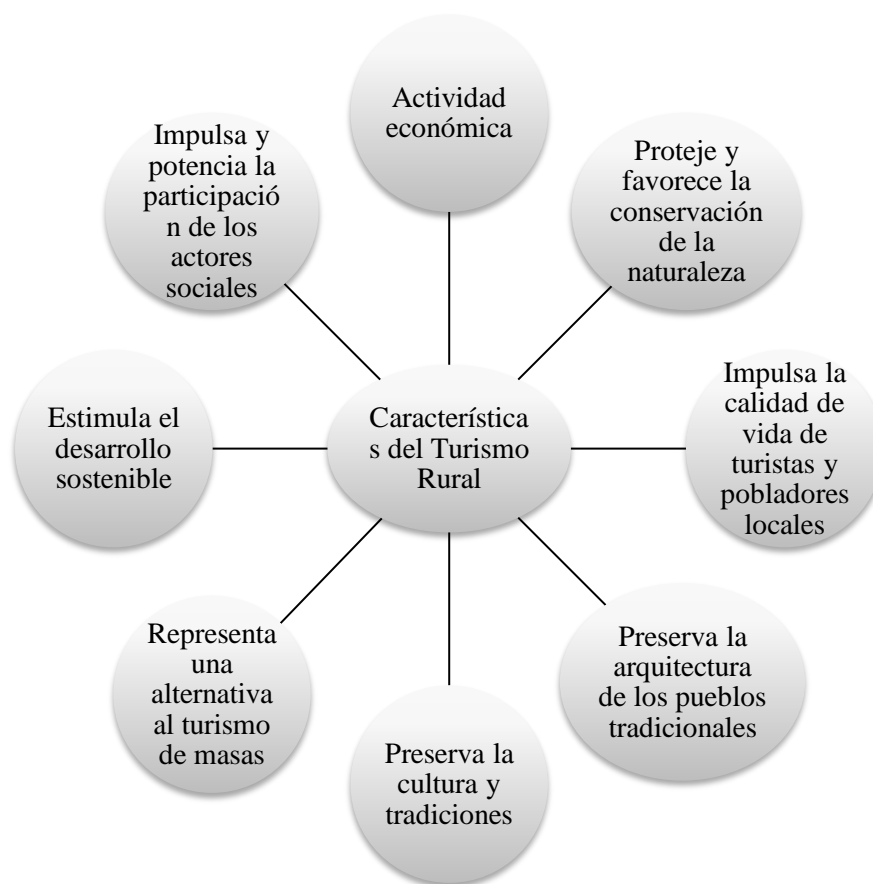
Cuadro 7. Modalidades del turismo rural

Modalidades	Definición
Agroturismo	Presenta al visitante diversos procesos de producción en los establecimientos donde se adelantan actividades agropecuarias en el área. Asimismo, existe participación de los turistas en las actividades productivas y artesanales del campo.
Turismo religioso	Se presenta en localidades donde las festividades religiosas tienen connotación de ferias locales de carácter regional y a veces nacional.
Turismo de estancias	Su atracción radica en el género arquitectónico de la localidad, parques, iglesias, entre otros aspectos.
Turismo deportivo	Son actividades deportivas muy específicas como el ciclismo de montaña, de ruta, la natación de aguas abiertas en lagos, el senderismo o montañismo, la actividad de escalar pendientes muy pronunciadas, las actividades extremas como parapentes, entre otros.
Ecoturismo	Este tipo de turismo tiene como interés principal la sustentabilidad, la conservación y la apreciación de la naturaleza.
Etnoturismo	Se enfoca en la práctica y rescate de la identidad cultural y las costumbres ancestrales.
Turismo cultural	Los visitantes pueden apreciar y disfrutar de la riqueza histórica reflejada en las familias nativas de los espacios rurales.
Turismo educativo	La finalidad es recibir a niños y jóvenes estudiantes, acercándolos a la realidad estudiada, a actividades de investigación o esparcimiento.
Turismo de salud	Hace énfasis en el aprovechamiento de recursos naturales como: aguas termales, lodos medicinales, plantas medicinales de las áreas rurales como propuestas turísticas en el área de la salud.
Turismo de comunidades indígenas	Se refiere al acercamiento a comunidades nativas para apreciar su diversidad cultural, étnica y social, esta actividad debe contar con la aprobación y participación de la comunidad, para evaluar posibles impactos culturales y ambientales.
Turismo de aventura	Se refiere al uso del medio natural como espacio primordial para provocar impresiones y emociones únicas y perdurables mediante actividades realizadas en la diversidad de los entornos naturales.
Turismo de eventos	Este tipo de actividad turística se realiza en locaciones rurales que ofertan, además de las instalaciones equipadas para efectuar eventos, servicios de alimentos y bebidas, refrigerios y entretenimientos en instalaciones campestres.

Fuente: Elaboración propia, a partir de Gonzáles (2008); Montes de Oca y Vera (2014); Aguiló & Matos da Silva (2015), Pechlaner & Smeral (2015); Panosso & Gidoi (2015) y Huertas et al., (2020).

Con relación al cuadro anterior, se puede evidenciar las distintas tipologías del turismo que se pueden llevar a cabo de acuerdo con los distintos recursos que posea el entorno local. Asimismo, autores como Montes de Oca et al., (2014) puntualizan algunas características que posee el turismo rural, las cuales se muestra en la figura 3.

Figura 3. Características del turismo rural



Fuente: Elaboración propia, a partir de Montes de Oca et al., (2014).

Así también, según el Instituto de Costa Rica de Turismo y la Alianza de Organizaciones para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario, mencionados en Montes de Oca y Vera (2014), se presentan en los siguientes aspectos a considerar en esta actividad:

- Productos amigables y responsables con el ambiente, mediante emprendimientos que promueven el aprovechamiento sostenible de los ecosistemas.
- Incorporación de educación ambiental a la producción rural, con el objeto de incorporar una cultura eco-ambientalista.

- Visión integral de turismo rural comunitario, considerando su interacción con actividades sociales y económicas
- Preferencia por unidades de negocio que funcionen mediante alianzas estratégicas con otros negocios.
- Procura la articulación empresarial con miras a proporcionar canales de comercialización y mercadeo.
- Impulso de la diversificación e innovación de la oferta turística para la generación y aprovechamiento sostenible de atractivos naturales y culturales.
- Priorización de mecanismos que aseguren equitativamente la distribución a nivel local y regional de los beneficios producto de la contribución de la mujer de forma activa y decisoria
- Impulso de la integración social de las poblaciones marginadas, entre ellas las comunidades étnicas.
- Aprovechamiento de las ventajas comparativas y la mano de obra local, suministrando la seguridad social establecida por la ley.

En esa línea, para Sepúlveda, (2004) afirma que el turismo genera beneficios para los agentes económicos privados, (Santamaría y Pico, 2015; López y López, 2004) mejora la calidad de vida de los empresarios, lo cual beneficia al círculo familiar y como consecuencia genera mayor capacidad productiva, crea relaciones con los actores sociales y turistas, mediante el intercambio de vivencias y experiencias, asimismo contribuye a la dinamización de la economía circular de un país (Di Mario, 2013). El turismo rural en Ecuador también tiene diferentes modalidades como lo establece MINTUR. Según el Plan Nacional de Turismo 2030, el gobierno ecuatoriano se proyecta en el fortalecimiento del desarrollo turístico en los espacios rurales, con experiencias y vivencias comunitarias, a su vez plantea crear nuevos e innovadores productos (Santos, 2020)

Tal es el caso del cantón Baños de Agua Santa, al ser parte del Parque Nacional Llanganates posee abundante flora, fauna y recursos hídricos maravillosos, lo que le han catalogado hasta el día de hoy como la puerta al cielo siendo uno de los destinos del Ecuador más visitados anualmente por turistas nacionales y extranjeros, además es considerado un pueblo mágico, por sus múltiples recursos y belleza natural que posee. En este mágico lugar los turistas pueden contemplar la naturaleza en su máximo esplendor y disfrutar de la adrenalina pura al practicar actividades de aventura.

3. CAPÍTULO III. METODOLOGIA.

3.1 Método

3.1.1 Hipotético-deductivo

Los investigadores utilizan distintos métodos de investigación para demostrar el objeto de estudio. Uno de los métodos más utilizados es el hipotético-deductivo el cual de acuerdo con el planteamiento de los autores Guffante et al., (2016) es aquel que parte de la observación para el planteamiento del problema, posteriormente mediante un proceso de inducción, el problema conduce a una teoría y partiendo del marco teórico se plantean las hipótesis mediante un razonamiento deductivo que finalmente se intenta validar empíricamente (p.90).

En consecuencia, la presente investigación contempla el método hipotético-deductivo debido a que parte de la observación para el planteamiento del problema como lo proponen los autores mencionados anteriormente, de igual manera, a partir del planteamiento se busca demostrar que variable influye de forma significativa sobre la actividad turística rural, las hipótesis se comprueban mediante la aplicación del modelo de ecuaciones estructurales.

3.2 Tipo de Investigación.

3.2.1 Investigación descriptiva

La investigación es descriptiva ya que pretende detallar el comportamiento y evolución de cada uno de los determinantes del nivel de influencia del capital social y la innovación sobre la actividad turística rural en el cantón Baños, siendo fundamental la disponibilidad de fuentes de datos e información de las variables para el desarrollo de la investigación.

3.2.2 Investigación correlacional

En el presente trabajo se aplica investigación correlacional ya que se busca determinar el vínculo existente el capital social, la innovación y los efectos que provocan en la actividad turística rural.

3.2.3 Investigación de campo

Se aplicó este tipo de investigación con el fin de recolectar datos e información directa y de primera mano de los establecimientos turísticos pertenecientes a las parroquias rurales del cantón Baños.

3.3 Diseño de Investigación

Considerando que en el campo de las ciencias sociales las investigaciones se caracterizan por ser de tipo no experimental debido a que no existe manipulación de la variable independiente por parte del investigador (Hernández et al., 2010). La investigación es de tipo no experimental, pues la información obtenida sobre los principales determinantes del capital social y la innovación en la actividad turística rural proviene de fuentes secundarias, que son hechos que ya han ocurrido y se observa tal y como se presenta en su contexto real, tan solo se limitará a realizar un modelo de ecuaciones estructurales de las mismas.

3.4 Técnicas de recolección de datos

3.4.1 Técnica

La técnica que se utilizó en la investigación es la encuesta, ya que es indispensable para la recolección de datos directamente de los establecimientos turísticos de las parroquias rurales del cantón Baños, para su posterior análisis, explicación y comprobación.

3.4.1.1 Encuesta

Las encuestas se aplicaron a los establecimientos turísticos de las parroquias rurales del cantón Baños con el fin de recolectar datos e información clara y concisa.

3.4.2 Instrumento

Para (Bradley et al., 2020; Herrera et al., 2020; Zubirán et al., 2022) los investigadores se ayudan de instrumentos para abordar el problema de estudio y mediante estos extraer información válida para la investigación. Estos se clasifican en instrumentos exploratorios (referencias y resúmenes bibliográficos), cualitativos (entrevistas: individuales, grupales,

abiertas, profundas y de historia oral) y cuantitativos (cuestionarios, pruebas proyectivas y protocolos). Por ello, se utiliza el cuestionario en este estudio.

3.4.2.1 Cuestionario de encuesta

Consta de preguntas abiertas, dicotómicas, estructuradas o semiestructuradas y en la escala de Likert para recolectar datos e información directa, como se evidencia en el anexo 1.

3.5 Población de estudio y tamaño de muestra

3.5.1 Población

La población considerada en la investigación está conformada por el total de establecimientos turísticos de las parroquias rurales (Lligua, Ulba, Rio Verde y Río Negro) del cantón Baños, como se observa en la tabla 1.

Tabla 1. Establecimientos turísticos de las parroquias rurales del cantón Baños

LLIGUA	S. Alimentación	10
	Atractivos turísticos	8
ULBA	Alojamiento	10
	S. Alimentación	9
	Paraderos	9
	Deportes extremos	1
	Atractivos turísticos	54
RIO VERDE	L. Artesanías	15
	S. Alimentación	32
	Paraderos	3
	Complejos Turísticos	2
	Centros de Entretenimiento	3
	Deportes de Aventura	6
	Hospedaje	4
	Atractivos turísticos	48
RIO NEGRO	P. Empr. (Hospedaje, Alimentación, Recreación)	26
	S. Alimentación	35
	Grupo de guías nativos	1
	Centros de Entretenimiento	1
	S. Transporte Turístico	2
	Centro de Información Turística	1
	Atractivos turísticos	33
TOTAL		313

Fuente: Elaboración propia, en base a información encontrada en el PDOT de cada parroquia rural perteneciente al cantón Baños.

3.5.2 Muestra

La muestra para la investigación se obtiene a partir de la fórmula que se detalla a continuación:

Fórmula para obtener la muestra

$$n = \frac{Z^2 pq N}{(N - 1) E^2 + Z^2 pq}$$

n= tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza (1,96)

p= variabilidad positiva (0,05)

q= variabilidad negativa (0,05)

N= tamaño de la población (313)

E= error (0,05 = 5%)

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(313)}{(313 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{300,6052}{1.7404}$$

$$n = 172.7 \approx 173$$

Por lo tanto, el número de encuestas a realizar es de 173.

3.6 Hipótesis

Capital social-Innovación

El capital social es entendido como una red de relaciones que incorpora a un conjunto de individuos que buscan beneficios asociativos e igualitarios (López y Sánchez, 2021). Es decir, existe una relación directa entre el capital social y los miembros que participan, a este principio se le conoce como empoderamiento, ya que requiere que los miembros de una localidad se empoderen para poder buscar el desarrollo de su territorio, también se recalca la importancia de la asociatividad, dónde se forman fuertes vínculos, cooperación y apoyo mutuo entre las comunidades.

Asimismo, Lee (2014) hace referencia al capital social mediante la confianza, valores, normas y expectativas, creándose de esta manera una fuerte cohesión social en el sistema. Siguiendo esta postura Hargreaves (2001), Ovares (2018), Polatcan y Balci (2019) y Parlar et al., (2020) mencionan la relación entre el capital social y la innovación, esta relación se fundamenta en la confianza entre los miembros, a través del ejercicio de liderazgo para gestionar, reforzar y mantener estrategias que permitan implementar cambios significativos, estos cambios pueden ser de distinta índole entre ellos se incluyen los avances tecnológicos que manejados de manera correcta son una ventaja de un lugar para alcanzar el progreso y desarrollo.

Para entender el capital social, se va a realizar una revisión del aporte de varios autores a cerca de sus determinantes más importantes, en este caso se inicia por el empoderamiento:

Friedmann (2013) menciona que el desarrollo comunitario depende directamente del empoderamiento político y social, dónde el objetivo es equilibrar la estructura del poder en la sociedad. También Villar (2014), enfatiza al empoderamiento como varios niveles del capital social, para lograr el desarrollo, el primer nivel se denomina base del grupo y se caracteriza por desarrollar en los individuos la capacidad para asociarse u organizarse para encarar y solucionar problemas o vicisitudes que se presenten. El segundo nivel está dado por la capacidad de fortalecimiento de los grupos sociales, este se caracteriza por tener la capacidad de formar puentes o redes y alianzas con actores y grupos estratégicos. Finalmente promueve una relación

asimétrica de poder o vínculos verticales entre organizaciones e instituciones con distinto poder de influencia, quienes cumplen un papel fundamental para alcanzar los objetivos esperados.

Asimismo, para Rappaport (2014) desde el campo de la psicología establece que el empoderamiento parte de dos dimensiones: la primera se refiere al empoderamiento personal haciendo énfasis en la autodeterminación y en la capacidad de sobrellevar la vida, sea de forma natural o jurídica. La segunda dimensión hace referencia al empoderamiento comunitario, esta se caracteriza por la determinación colectiva o social, misma que permite a un grupo de individuos participar de forma democrática y activa.

Canal (2016) menciona que para evidenciar un verdadero empoderamiento comunitario es necesario que se provoquen cambios en las capacidades individuales y colectivas, en lo individual se debe hacer cambios en la autoconfianza como base para responder a los cambios y retos. Con relación al empoderamiento colectivo hace énfasis en fortalecer la capacidad de acción colectiva ya que esto permite la participación de la comunidad en los procesos de negociación y toma de decisiones que afecten o beneficien a la misma.

La Rosa (2017) argumenta que un proceso dónde se fortalecen las capacidades tanto individuales como colectivas, en la participación, negocios, influencia en organizaciones, instituciones, entidades, dónde desempeñan deberes y derechos se denomina empoderamiento social. Asimismo, Granovetter (2017) afirma que el empoderamiento es el desarrollo fuertes lazos entre miembros de un grupo social dentro de una comunidad, organización, asociación etc., dónde se descubren las potencialidades y capacidades para afrontar cambios dentro de la comunidad.

Por lo tanto, el empoderamiento se refiere a las capacidades y potencialidades que tienen los miembros de una comunidad, entendidas desde lo individual y colectivo, es decir que depende de cómo el individuo percibe la realidad a partir de la autoconfianza para ser, actuar y participar, asimismo desde lo colectivo, reforzar los lazos participativos y crear puentes estratégicos con organizaciones e instituciones.

Ahora el empoderamiento entendido en el campo turístico se refiere al compartimiento de capacidades, saberes ancestrales, conocimiento, para ejercer un buen ejercicio ciudadano, en la creación, producción y otras acciones que beneficien al desarrollo de la comunidad. En

esa línea López (2020) recalca la importancia del empoderamiento en los procesos turísticos, ya que al ser una actividad muy amplia dónde la comunidad está en constante interacción con los turistas, debe existir vocación turística, alternativas sostenibles, condiciones que generen confianza, bienestar, seguridad, y capacidad de comprensión de la dinámica de los turistas y a su vez mediante el empoderamiento fomentar los vínculos entre distintas organizaciones e instituciones. Como es el caso del turismo rural en el cantón Baños perteneciente a la provincia de Tungurahua, dónde debe existir un empoderamiento entre los emprendedores, instituciones, organizaciones nacionales e internacionales, universidades, centros de investigación y asociaciones de turismo comunitario, ya que en su mayoría desempeñan las actividades turísticas mediante alianzas estratégicas como son hoteles, agencias de viajes, tours operadoras, restaurantes, deportes extremos, etc. Por ello se plantean las siguientes hipótesis.

***H1:** A mayor empoderamiento entre los actores locales mejor práctica del capital social dentro de las actividades turísticas rurales en el cantón Baños.*

***H2:** A mayor desempeño del capital social mayor desarrollo de las actividades turísticas rurales.*

Asimismo, otros elementos importantes del capital social que se ha venido mencionando anteriormente son la confianza y la asociatividad, para Pramanik, et al., (2019) la confianza pública, es decir desde el gobierno local hacia la comunidad se basa en las siguientes acciones; reconocer la capacidad de la comunidad con relación al CS(Capital Social), crear una libre comunicación entre los participantes y miembros de la comunidad con los actores públicos, para conocer las verdaderas necesidades, es decir lograr un desarrollo de adentro hacia afuera, propiciar flexibilidad y disposición hacia los intereses de la comunidad, centrarse en procedimientos, planes y proyectos justos, cumplir y hacer cumplir el código de ética, empoderar a las comunidades locales a partir de los recursos disponibles y capacidades, incrementar la continuidad y capacitaciones del personal para el cumplimiento actualizado y adecuado de sus obligaciones y tareas, compartir autoridad con los miembros de la comunidad y ejercer un liderazgo justo.

Asimismo, Alvari (2020) se refiere a la confianza como un elemento fundamental dentro del capital social y también de las organizaciones sociales, ya que de esta parte un buen

ambiente laboral, credibilidad de las autoridades en el ejercicio de sus funciones, relaciones íntegras y duraderas entre las asociaciones, instituciones, esta también se la puede entender desde el plano individual y colectivo, en lo individual hace hincapié en la autoconfianza de las personas para desempeñar actividades de manera eficiente y eficaz, en lo colectivo se refiere a la determinación, seguridad, credibilidad entre los miembros para desarrollar y afrontar múltiples situaciones, ya que al estar en grupo la acción y efecto va a ser directo y en menos tiempo, lo cual les va a permitir ahorrar recursos.

En relación con lo anterior, Torres et al., (2022) mencionan que existe un vínculo entre la formación y cooperación de los individuos, tal vínculo es la confianza a su vez esta determina la solidez de las relaciones o lazos sociales al igual desempeña un rol importante dentro de las acciones que coadyuvan a la sostenibilidad en los destinos turísticos, al igual que fomenta la participación, cooperación y asociatividad entre actores locales, el sector público y privado.

Siguiendo esa línea, Bada et al., (2017) y Lucero y Torres (2021) mencionan que a partir de la existencia de una fuerte lazo de confianza entre los individuos o comunidades se da paso a la conformación de asociaciones, lo cual también se conoce como redes asociativas, que son consideradas como un modelo viable en los procesos de crecimiento y desarrollo local, que se encamina a mejorar la calidad de vida de las personas mediante diversos procesos socioeconómicos. Por otro lado, en el sector turístico, se crean tejidos asociativos entre los emprendimientos, empresa, microempresas, entre otros, para el desarrollo y fortalecimiento de la actividad económica y circular en el territorio.

También para Palomino et al., (2016) la asociatividad juega un papel relevante el gobierno local, ya que este organismo se enfoca en la implementación de prácticas y proyectos con fines económicos y de desarrollo social y comunitario. Es así que en el cantón Baños estos factores desempeñan un rol clave para el crecimiento económico, ya que en mayor parte los ingresos locales son de las actividades turísticas, por ello la confianza y la asociatividad deben estar presentes al momento de establecer la oferta turística, el servicio al cliente, hospitalidad del servicio, comunicación asertiva con los turistas, así como en los vínculos asociativos con los establecimientos que están dentro del turismo mismos que puede ofrecer productos o servicios. Así es como se plantean las siguientes hipótesis.

H3: *A mayor confianza entre los actores locales mayor influencia del capital social en el turismo rural en el cantón Baños.*

H4: *A mayor asociatividad entre los actores locales mayor influencia del capital social en el turismo rural en el cantón Baños.*

Por otro lado los autores Pisani y Michelet (2018) y Juárez et al., (2019) hacen referencia a la relación que existe entre el capital social con la innovación, partiendo del capital social como una medida del crecimiento económico, y que mediante esta postura se puede alcanzar el desarrollo en espacios vulnerables que sin su presencia sería imposible, asimismo tiene un impacto significativo en la innovación dentro de las empresas a través de la creación de redes de cooperación que favorecen el desarrollo de innovaciones en todos los ámbitos de la organización.

A esto (Lucero y Torres, 2021) añaden que la innovación en una empresa u organización nace a partir de la confianza, cooperación, normas empresariales compartidas entre los individuos, con el objetivo de innovar en lo organizacional, ambiente, laboral, planes estratégicos, programas e instrumentos tecnológicos, que faciliten mayor la efectividad de las actividades en el menor tiempo posible, así como maximizar las utilidades ahorrando los recursos disponible. A su vez, el capital social mediante sus elementos que abarca permite medir los impactos en la innovación, los cuales permiten la mejora continua empresarial, ahora bien, el capital social y la innovación son dos elementos muy importantes que están presentes en la actividad turística a partir de sus diversos enfoques y aplicaciones, para mejorar la capacidad empresarial, y competitiva. Por lo tanto, se plantea la siguiente hipótesis.

H5: *El capital social influye de forma importante en la innovación en el turismo rural en el cantón Baños.*

Innovación- Turismo

La innovación se refiere a los cambios que se realizan en un determinado lugar, estos pueden ser de diferente índole incluyendo el campo tecnológico (Franco, 2022), también en el desarrollo juega un papel importante ya que se encamina en la implementación y búsqueda de nuevas soluciones sociales, para satisfacer necesidades sociales, entendiéndose desde el ámbito empresarial puede ser interno o externos. En lo interno se refiere a la creación de espacios de calidad, oportunidades, mejora en los procesos, entre otros. en la búsqueda e implementación de nuevas soluciones para satisfacer las necesidades sociales y en lo externo hace referencia a la búsqueda de ventajas competitivas frente la competencia (Chaves & Mozón, 2018).

Para Paredes et al., (2022) el desarrollo del turismo rural en las comunidades se fundamenta el participación de los miembros de esta, lo que garantiza un adecuado manejo de los recurso y prácticas de turismo controlado, según autores como Adikampana et al., (2019) en los espacios rurales existen factores de atracción turística, misma que puede ser características ambientales y el conocimiento comunitario, juntos estos dos factores forman una estrategia atractiva para los visitantes. Asimismo, García (2012), Robledo (2017) y Castaño y Quiseno (2022) sostienen que la innovación se ha vuelto indispensable en las industrias, empresas, emprendimientos, donde se conoce como un proceso de transformación en todas las áreas del conocimiento, y a su vez permite un constante cambio partiendo desde el área de la producción hasta que el producto o servicio llega al mercado o a los demandantes. De tal manera que permite transformar el antiguo esquema organizativo, transformar las ideas, mejorar la vialidad de los proyectos, desarrollo mediante la ciencia y la tecnología, esto se lo conoce como un factor diferenciador, que aumenta la productividad y competitividad de los territorios, comunidades, países, para poder competir en el mercado cambiante de hoy en día.

Para Romero (2021), la innovación en el turismo aún no es tan evidente, más que todo en Latinoamérica, ya que muchos lugares turísticos suelen ser réplicas de otros lugares, por ello hacer énfasis en el tema de innovación diferenciada es fundamental ya que los turistas actualmente se interesan por lugares únicos, relajantes, dónde haya una combinación de lo natural con lo tecnológico, asimismo que estos lugares sean tranquilos, seguros, que brindes comodidad, hospitalidad y puedan vivir nuevas experiencias.

Siguiendo el criterio anterior, la innovación en un territorio debe adaptarse a las necesidades locales partiendo de los recursos disponibles para generar cambios significativos, con fines de responsabilidad ambiental, desarrollo equilibrado, aprovechamiento de los recursos, creando valor en las actividades y productos turísticos que se ofrecen en aquel lugar, lo cual exige mayor coordinación y organización entre los miembros de los establecimientos u organizaciones generando flexibilidad y resiliencia en el entorno, para que dé cierto modo estén preparados y puedan actuar ante una eventualidad que pudiera presentarse, como lo reciente que fue la pandemia del covid-19, dónde el sector del turismo se vio afectado en un 100%, por ello mediante la innovación se busca generar alternativas viables para adaptarse a los cambios y poder ofrecer nuevos productos y servicios turísticos en el mercado (CEPAL, 2019; Oxfam, 2017).

En la opinión de Briones et al., (2015) la innovación incorpora el término competitividad- tecnología en el turismo, donde considera todos los componentes y dimensiones de este sistema ya que va más allá de ser una actividad social y económica, convirtiéndose en una estrategia y motor para generar cambios significativos en espacios rurales. Lo cual crea un ambiente de generaciones más equilibradas y con oportunidades para generar un desarrollo responsable y sostenible, a partir del desarrollo justo, donde los actores locales participen en coordinación con las comunidades, también intervienen los sectores políticos, mediante la generación de proyectos y propuestas innovadoras de la mano de organizaciones con o sin fines de lucro, en consecuencia que la innovación dentro de las estructuras organizacionales, sostenibilidad ambiental, implementación tecnológica, nuevos productos o servicios, estrategias competitivas, puedan aplicarse en el turismo con el objeto de generar mayores beneficios para la localidad y ser más competitivos en el mercado turístico (Espiau, 2017). Por lo tanto, se plantean las siguientes hipótesis.

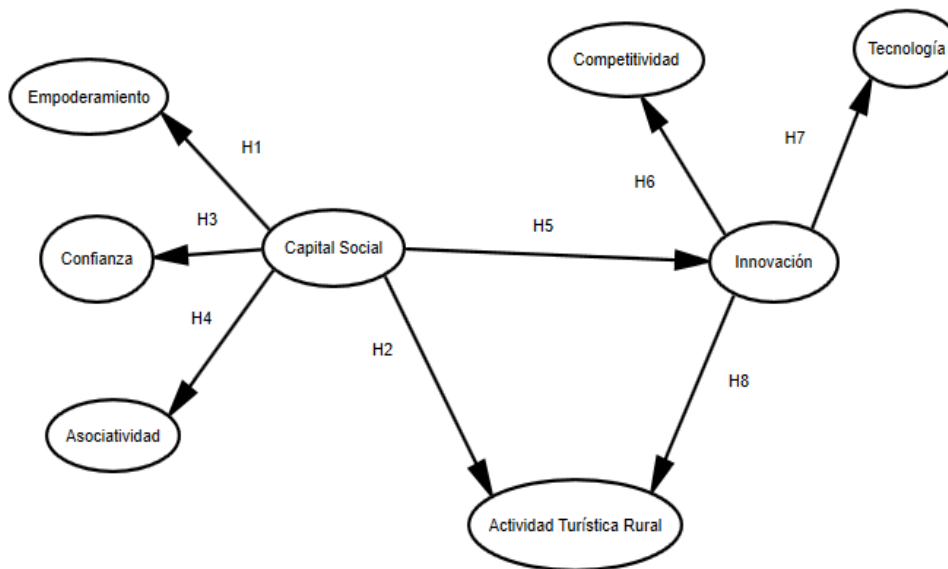
H6: *A mayor competitividad en los establecimientos turísticos mayor influencia de la innovación en el turismo rural en el cantón Baños.*

H7: *Con una mejor incorporación de la tecnología en los procesos de prestación de servicios mayor es la influencia de la innovación en el turismo rural en el cantón Baños.*

H8: *A mayor inversión en innovación mayor desarrollo en las actividades turísticas rurales en el cantón Baños.*

3.6.1 Modelo hipotético propuesto

Figura 4. Modelo hipotético



Elaborado por: Bonilla, M y Guamán M. (2023)

3.7 Métodos de análisis, y procesamiento de datos.

Los datos recolectados mediante las encuestas se analizaron mediante el software estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) y su extensión AMOS (Analysis of Moment Structures). Asimismo, mediante los softwares mencionados se correrá el modelo de ecuaciones estructurales.

3.7.1 Modelo Econométrico

3.7.1.1 Modelo de Ecuaciones estructurales

Los modelos SEM parte de los modelos estadísticos multivariantes que permiten estimar el efecto y las relaciones entre múltiples variables, es decir que establecen la relación de dependencia entre las variables y trata de integrar una serie de ecuaciones lineales y establecer cuáles de ellas son dependientes o independientes de otras (Fernández, 2004), que permite plasmar y comprobar los modelos hipotéticos con los datos obtenidos en la investigación (Chin, 2013).

Según Matas (2023) un modelo SEM se divide en dos:

“Modelo de medida: se constituye de variables latentes y variables observadas que miden cada variable latente, así como sus errores de medida y las relaciones entre todas estas variables. Estos pueden ser el análisis factorial exploratorio y el análisis factorial confirmatorio.

Modelo de relaciones: está formado por variables endógenas que son efecto de otras variables exógenas y los errores de predicción correspondientes. Estos son las ecuaciones estructurales”.

Ruiz, (2010), Escobedo (2016) y Brand (2021), menciona el tipo de variables según la funcionalidad dentro del modelo:

- Variables observadas: estas pueden ser indicadores de constructos predictores, o constructos predichos.
- Variable latente o constructo: generalmente no están afectadas por errores de medida, son predichas a partir de las variables observadas.
- Variables error. estos afectan a las variables observadas, para poder tener mayor confiabilidad del ajuste en los modelos.
- Error de las predicciones: estos errores están asociados a las variables que se comportan como dependientes.

Asimismo, es importante aclarar que dentro de las ecuaciones estructurales se puede encontrar variables según la posición dentro del modelo, estas pueden ser:

- Variable exógena: esta variable no recibe el efecto de otra variable, generalmente son las variables independientes.
- Variable endógena: estas reciben el efecto de las variables exógenas, siempre están acompañadas de un componente de error, estas son las variables dependientes.

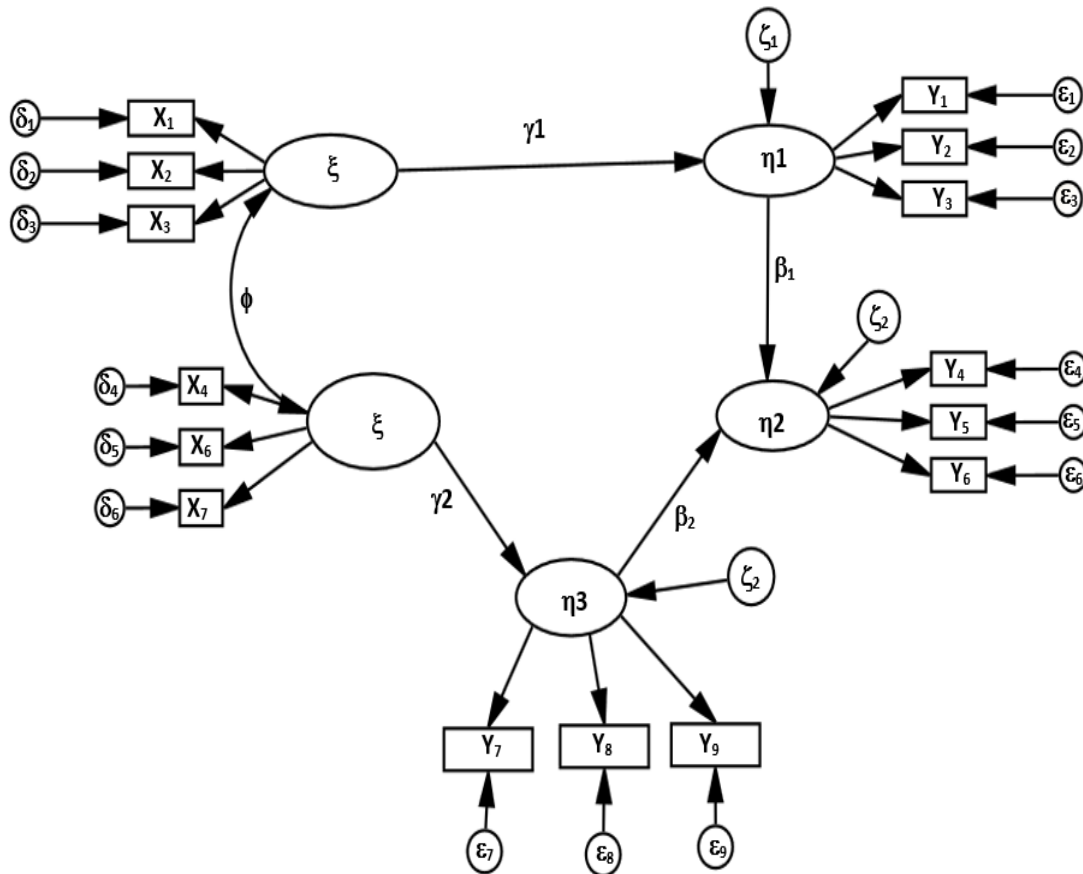
De igual manera se debe conocer que las variables observables están representadas en un rectángulo, las variables latentes se presentan en un círculo, las covarianzas están representadas por una flecha bidireccional y el efecto causal o regresión se representa con una flecha unidireccional. El autor Matas (2023), pone a consideración la simbología utilizada en los modelos estructurales en la tabla 2 que se aprecia a continuación:

Tabla 2. Simbología utilizada en los modelos estructurales

Letra (griega o romana)	Nombre de la letra	Significado
η	eta	Variable latente endógena
ξ	psi	Variable exógena latente
ζ	theta	Errores en las ecuaciones, errores estructurales
α	equis	Indicadores de las variables latentes exógenas
γ	y griega	Indicadores de las variables latentes endógenas
ϵ	épsilon	Errores de medida en los indicadores endógenos
δ	delta	Errores de medida en los indicadores exógenos
λ	Lambda	Parámetro estructural de la relación entre variable latente y variable observada.
β	Beta	Parámetro estructural de la relación entre variables latentes endógenas.
γ	Gamma	Parámetro estructural de la relación entre variables latentes exógenas y variables latentes endógenas.
ϕ	Fi	Covarianza entre las variables latentes exógenas.
ψ	Psi	Covarianzas entre los errores estructurales.
Γ	Gamma mayúscula	Matriz $p \times q$ de coeficientes que relacionan las variables latentes exógenas con la endógenas.
B	Beta mayúscula	Matriz $q \times q$ de coeficientes que relacionan las variables latentes endógenas entre sí.

Fuente: (Matas 2023). Modelos de ecuaciones estructurales con la librería SEM de R.

Figura 5. Modelo de vías



Nota: En la figura se puede apreciar la simbología utilizada en el modelo.
Elaborado por: Bonilla, M y Guamán M. (2023)

Del mismo modo, según los autores (Jöreskog & Sörbom, 1996; Hair et al. 1999; Kaplan, 2000; Arbuckle, 2003; Kline, 2005; Cupani, 2012; Escobedo et al., 2016). los modelos SEM constan de seis fases como se evidencia en el cuadro 8.

Cuadro 8. Fases de los modelos SEM

FASES	DESCRIPCIÓN
Especificación	El investigador establece la relación hipotética entre las variables latentes y las observadas, la misma que con el análisis se obtendrán las relaciones correctas. (Análisis Factorial Confirmatorio o Exploratorio, dependiendo el caso del investigador)
Identificación	Se estiman los parámetros del modelo. Se determina si un modelo está identificado mediante una expresión algebraica que lo demuestre, en función de las varianzas y covarianzas muestrales.
Estimación de parámetros	Se determinan los valores de los parámetros desconocidos, así como su respectivo error de medición. Se puede utilizar los siguientes programas LISREL, el AMOS y el EQS.
Evaluación del ajuste	<p>Se refiere a la exactitud en los datos del modelo para determinar si es correcto y sirve para los propósitos del investigador.</p> <p>Las medidas de calidad del ajuste pueden ser de tres tipos: medidas absolutas del ajuste que evalúan el ajuste global del modelo (χ^2/df, pvalor), medidas del ajuste incremental que comparan el modelo propuesto con otros modelos especificados por el investigador (CFI, GFI, TLS) y medidas del ajuste de parsimonia (RMSEA)</p>
Reespecificación del modelo	Ayuda al investigador a saber si el primer modelo obtenido es el mejor, o en tal caso se realiza modificaciones para encontrar los valores deseados.
Interpretación de los resultados	Ayuda al investigador a establecer el modelo correcto y la aceptación o rechazo de las hipótesis, lo cual le permite concluir con su investigación.

Elaborado por: Elaboración propia en base a los autores mencionados con anterioridad.

Por ello, para la comprobación del modelo y los ítems del instrumento aplicado(encuesta) en la investigación se procedió a hacer el análisis estadístico de fiabilidad o más conocido como AFC (Análisis Factorial Confirmatorio) ya que este permite corregir o ajustar el modelo en caso de haber sugerencias (Bollen 1989), lo que le da mayor contrastación para comprobar las hipótesis en el modelo SEM, asimismo analiza la matriz de covarianzas en lugar de las correlaciones y a su vez ayuda a si los indicadores son equivalentes (Batista, 2000). El AFC se representa mediante un diagramas de flujo (path diagram), según los requerimientos del investigador.

En conclusión, los SEM facilitan el marco estadístico adecuado para evaluar la validez y confiabilidad de cada ítem en lugar de realizar un análisis global, ayudando al investigador a entender de mejor manera y ajustar el modelo según sus necesidades (Jöreskog, 1969 y Batista, 2004).

Por lo tanto, la investigación aplica el modelo de ecuaciones estructurales como herramienta de análisis y procesamiento de datos, con el fin de determinar la correlación entre las variables de estudio.

4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Procedimientos estadísticos seleccionados

4.1.1 Correspondencia de ítems

En base a los ítems de cada variable de la encuesta se ha realizado las abreviaturas y la debida codificación considerando en una escala del 1 al 6 dependiendo las opciones de respuestas del cuestionario, para una mayor comprensión se puede ver en el anexo 4.

4.1.2 Escala de valoración en la prueba de KMO y Bartlett

Antes de realizar el análisis factorial confirmatorio se aplicó la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) que sirve para medir si el muestro es o no el adecuado, y así poder seguir con las demás pruebas. Para ello el Benites (2021), pone a consideración la escala de valoración de esta prueba, como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3. Escala de valoración en la prueba de KMO y Bartlett

Escala de valoración en la prueba de KMO y Bartlett				
0,00 a 0,49	Inaceptable	Muestreo no es adecuado	no	es
0,50 a 0,59	Miserable			
0,60 a 0,69	Mediocre			
0,70 a 0,79	Medio	Muestreo es adecuado		
0,80 a 0,89	Meritorio			
0,90 a 1	Perfecto			

Fuente: Adaptado de Benites (2021)

Elaborado por: Bonilla, M y Guamán M. (2023)

De igual maneral, según IBM (2023), la prueba de esfericidad de Bartlett sirve para contrastar la hipótesis de que, si la matriz de correlaciones es una matriz de identidad, lo que indica que las variables no están relacionadas y, por lo tanto, no son adecuadas para la detección de estructuras. Si el valor de significancia es menor a 0,05 indica que el análisis factorial puede ser útil con los datos.

A continuación, se presenta la prueba KMO y Bartlett que se obtuvo mediante el programa SPSS, realizada antes del análisis factorial confirmatorio, ya que esta prueba de KMO y la esfericidad de Bartlett permiten determinar si la muestra y el análisis factorial es viable.

Tabla 4. KMO y Prueba de Bartlett

KMO y prueba de Bartlett		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,828
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	2375,915
	G1	496
	Sig.	,000

Fuente: Encuestas aplicadas en julio 2023 y procesadas en SPSS

Elaborado por: Elaborado por: Bonilla, M y Guamán M. (2023)

En la tabla 4 se puede evidenciar que el valor de la prueba Kaiser Meyer Olkin para las 173 encuestas aplicadas a los establecimientos que se dedican al turismo rural en las parroquias rurales de Lligua, Rio Negro, Ulba y Rio Verde pertenecientes al cantón Baños de Agua Santa, tiene un valor de 0,828, lo cual demuestra que la muestra es adecuada, por lo tanto, se demuestra la factibilidad para el análisis factorial. Asimismo, la prueba de esfericidad de Bartlett tiene un valor de 0,000, mismo que es menor a 0,05. En conclusión, se acepta la viabilidad de los datos para el análisis factorial.

4.1.3 Análisis Factorial Confirmatorio

Se AFC se utiliza en el método de ecuaciones estructurales, para comprobar que los reactivos del cuestionario aplicado efectivamente midan lo que se busca medir mediante los constructos, y a su vez examinar la dimensionalidad, fiabilidad y validez del instrumento de investigación. Este análisis también permite eliminar aquellos ítems con bajos niveles de significancia. Permite realizar una comparación entre el modelo construido a priori en torno a la teoría con el comportamiento real de las variables estudiadas y así comprobar las hipótesis de estudio.

4.1.3.1 Comprobación del modelo

Para la comprobación del modelo se utilizó las siguientes variables, con sus respectivos reactivos.

Cuadro 9. Variables y sus reactivos

VARIABLES		
Exógena	CAPITAL SOCIAL	
Endógena	Empoderamiento	<ul style="list-style-type: none"> - ¿En qué medida contribuyen los actores locales, para lograr el desarrollo sostenible en las actividades turísticas rurales? - ¿En qué medida cree usted la importancia del empoderamiento de los actores locales en las actividades turísticas rurales? - ¿Cada que tiempo se realizan capacitaciones al personal de su establecimiento? - ¿Cómo considera usted el aporte de las capacitaciones en el rendimiento y productividad de los trabajadores? - ¿En qué nivel de significancia considera la cooperación entre las empresas o emprendimientos que brindan productos o servicios dentro de la actividad turística rural?
Endógena	Confianza	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Con cuál de los siguientes enunciados identifica usted el trabajo colaborativo entre los actores locales? - ¿Cómo cree usted la participación de los actores locales en las actividades turísticas rurales? - ¿De qué forma considera usted el papel de la credibilidad entre los actores? - ¿En qué medida cree usted que la confianza es un factor que contribuye en la actividad turística rural?
Endógena	Asociatividad	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Usted mantiene alianzas estratégicas con actores locales e instituciones? - Elija el número de alianzas estratégicas que mantiene con actores locales e instituciones. - Tipo de institución con la que mantiene redes de alianzas Instituciones privadas - ¿Cómo considera usted el aporte de los beneficios asociativos en el desarrollo de las actividades turísticas en su establecimiento?

Endógena Endógena	INNOVACIÓN Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuántos proyectos turísticos se han establecido de acuerdo con la planificación anual de su establecimiento? -Del número de proyectos establecidos, ¿Cuántos se han ejecutado? - ¿Cuál es el nivel de inversión que ha realizado para la ejecución de proyectos en los últimos 5 años? -De las siguientes ventajas competitivas, señale la que aplica en su negocio. -En su criterio, ¿cuál es el nivel de impacto de las actividades turísticas rurales en otros sectores productivos y socioeconómicos? - ¿Ha implementado planes y estrategias para ofrecer nuevas actividades turísticas en el sector rural?
Endógena	Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Usted cuenta con proyectos innovadores en la actividad turística? - ¿Qué tipo de innovaciones tecnológicas ha realizado en los últimos 5 años? - ¿Cómo considera que es el nivel de conocimiento y manejo de tecnología en el establecimiento turístico? - ¿Cuál es el grado de eficiencia del uso de la tecnología en las actividades turísticas rurales? - ¿Qué tipo de tecnología aplica o estaría dispuesto a aplicar en los productos o servicios turísticos rurales? -De las siguientes plataformas digitales, señale la que más utiliza para ofertar los productos o servicios turísticos. -Con el uso de la tecnología, ¿qué tan eficiente ha sido el aprovechamiento de los recursos en la actividad turística rural? - ¿Cree usted que a mayor inversión en innovación se puede mejorar la calidad de los productos o servicios turísticos? - ¿Cuál es el grado de eficiencia que maneja en su empresa o emprendimiento relacionado a la actividad turística, para contribuir al desarrollo sostenible?
Endógena	ACTIVIDAD TURÍSTICA RURAL	<ul style="list-style-type: none"> -Actividad turística a la que pertenece -Servicios que oferta -En promedio, ¿cuál es el rango de ingresos que percibe mensualmente por la actividad turística? -Nivel de accesibilidad a su establecimiento turístico. Siendo 1 menos accesible y 5 de mayor accesibilidad. - ¿Cuál es el rango de afluencia mensual de turistas nacionales en su establecimiento? - ¿Cuál es el rango de afluencia mensual de turistas internacionales en su establecimiento?

Nota: En el cuadro se puede evidenciar las variables con sus respectivos reactivos, para ver la correspondencia de ítems y la codificación, ver en el anexo 8.4.

Elaborado por: Bonilla, M y Guamán M. (2023) en base a las encuestas realizadas en julio 2023

Tabla 5. Resumen de ecuaciones para el modelo

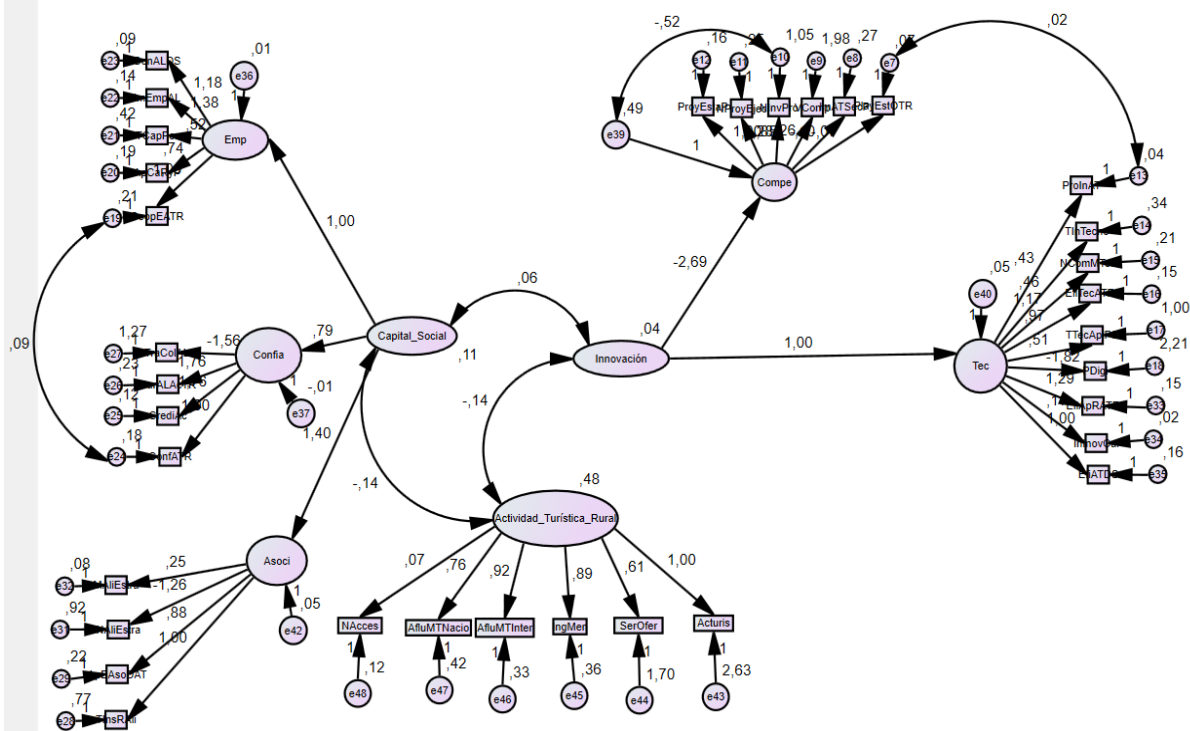
Variab Latentes	Variab observables	Ecuaciones de medición	Ecuaciones estructurales	Ecuaciones estructurales para constructos latentes
Capital_Social	Emp	$Capital_Social = \lambda_{Emp} * Emp + \epsilon_{Emp}$	$Capital_Social = \lambda_{Emp} * Emp + \lambda_{Confia} * Confia + \lambda_{Asoci} * Asoci + \epsilon$	$Cov(Capital_Social, Innovación) = \phi$ $Capital_Social + \phi Emp$ $Cov(Capital_Social, Actividad Turística Rural) = \phi Capital_Social + \phi Innovación$
	Confía	$Capital_Social = \lambda_{Confia} * Confia + \epsilon_{Confia}$		
	Asoci	$Capital_Social = \lambda_{Asoci} * Asoci + \epsilon_{Asoci}$		
Innovación	Compe	$Innovación = \lambda_{Compe} * Compe + \epsilon_{Compe}$	$Innovación = \lambda_{Compe} * Compe + \lambda_{Tec} * Tec + \zeta$	$Cov(Innovación, Actividad Turística Rural) = \phi Capital_Social + \phi Innovación$
	Tec	$Innovación = \lambda_{Tec} * Tec + \epsilon_{Tec}$		
Actividad Turística Rural	-	-	$Actividad Turística Rural = \lambda_{ACT} * ACT + \zeta$	

Nota: En la tabla se evidencia las ecuaciones entre las variables tanto para el AFC, así como para el SEM.

Elaborado por: Bonilla, M y Guamán M. (2023)

4.1.3.1.1 Path Diagram

Figura 6. Significancia estadística del modelo de 8 factores



Fuente: Encuestas aplicadas en julio de 2023 y procesadas en SPSS y AMOS GRAPHICS
Elaborado por: Bonilla, M y Guamán M. (2023)

La variable empoderamiento se relaciona de forma positiva con el Capital Social con un valor de 1,00, siendo altamente significativo, de igual manera, el capital social y la confianza se relacionan con un valor de 0,79. Existe una relación significativa de 1,40 entre la asociatividad y el capital social. La innovación se relaciona de manera negativa con un valor de -2,69 y de igual forma se relaciona con la tecnología con un valor positivo de 1, demostrando una buena relación. Por otro lado, la variable capital social y la innovación covarían significativamente con un valor de 0,06. La covarianza entre Capital social y la actividad turística rural covarían negativamente con un valor de -0,14. Finalmente la covarianza entre innovación y actividad turística igual es negativa con un valor de -0,14.

Para probar la estructura factorial del modelo, se analizó las variables mediante el método de máxima verosimilitud, como se muestra a continuación en la tabla 6.

4.1.3.1.2 Método de máxima verosimilitud

Tabla 6. Estadísticos de normalidad

Variable	min	Max	Skew	c.r.	Kurtosis	c.r.
NAcces	2,000	5,000	-6,195	-33,267	41,307	110,903
AfluMTNacio	1,000	4,000	-,207	-1,111	-,936	-2,512
AfluMTInter	1,000	4,000	1,084	5,823	,426	1,144
IngMen	1,000	4,000	-,092	-,496	-,680	-1,827
SerOfer	1,000	7,000	,398	2,140	-,978	-2,625
Acturis	1,000	7,000	-,370	-1,989	-1,003	-2,692
EfiATDS	1,000	4,000	-,007	-,040	1,848	4,961
InInovCal	1,000	2,000	6,346	34,077	38,274	102,758
EfiApRATR	1,000	4,000	,799	4,292	3,781	10,152
MAliEstra	1,000	3,000	3,553	19,079	12,761	34,261
NAliEstra	1,000	4,000	,104	,558	-1,437	-3,858
ApBAsoDAT	1,000	4,000	1,316	7,064	3,605	9,679
TInsRAli	1,000	5,000	2,398	12,876	4,956	13,306
TraColAL	1,000	5,000	-1,060	-5,690	,227	,609
ParALAcTR	1,000	4,000	1,200	6,442	3,299	8,857
CrediAc	1,000	4,000	1,164	6,249	4,902	13,162
ConfATR	1,000	4,000	,243	1,303	3,395	9,115
ConALDS	1,000	4,000	,042	,226	1,908	5,123
ImEmpAL	1,000	4,000	1,271	6,827	4,083	10,963
TCapPer	1,000	4,000	,935	5,018	1,488	3,996
ApCaRyP	1,000	4,000	,254	1,367	3,010	8,080
CoopEATR	1,000	4,000	,759	4,077	3,306	8,875
PDigi	1,000	6,000	-,845	-4,537	-,927	-2,489
TTecAplPS	1,000	5,000	2,063	11,078	3,730	10,014
EfiTecATR	1,000	4,000	,270	1,450	3,757	10,086
NComMTec	1,000	4,000	,358	1,922	1,247	3,347
TInTecno	1,000	3,000	,239	1,282	-,620	-1,663
ProInAT	1,000	2,000	3,390	18,202	9,491	25,482
ProyEstaP	1,000	5,000	1,005	5,397	,279	,749
NProyEjec	1,000	4,000	1,851	9,941	2,307	6,195
NInvPro	1,000	4,000	-,042	-,228	-1,063	-2,855
VComp	1,000	6,000	,012	,066	-,818	-2,196
ImATSecP	1,000	4,000	,301	1,616	2,342	6,287
PlayEstOTR	1,000	2,000	2,937	15,773	6,628	17,796
Multivariate					349,393	46,441

Fuente: Ecuuestas aplicadas en julio 2023 y procesadas en SPSS y AMOS GRAPHICS.

Elaborado por: Bonilla, M y Guamán M. (2023)

Como se puede apreciar en la tabla 6 los valores de la curtosis se encuentran valores relativamente altos, en la variable nivel de accesibilidad y en nivel de innovación, por lo que el valor total de la curtosis es muy elevado, por lo que se procede a eliminar estas variables para mejorar los índices. Por consiguiente, se acepta, la normalidad multivariante. También se obtuvo una coincidencia entre la matriz de covarianzas lo cual reflejó en los indicadores de bondad de ajuste representados en la tabla 7.

4.1.3.1.3 Indicadores de bondad de ajuste

Para una correcta validación de modelo, los autores Ruiz, (2010) y Matas (2023) presentan algunas consideraciones como se observa en el cuadro 8.

Cuadro 10. Estadísticos de Bondad de ajuste y criterios de referencia

ESTADÍSTICOS DE BONDAD DE AJUSTE Y CRITERIOS DE REFERENCIA	
BONDAD DE AJUSTE ABSOLUTO	CONCLUSIÓN
<i>CHI CUADRADO</i>	
$\chi^2/df < 1$	Demasiado bueno
$1 < \chi^2/df < 2$	Muy buen ajuste
$2 < \chi^2/df < 3$	Buen ajuste, aceptable
$3 < \chi^2/df < 5$	No muy buen ajuste, raramente aceptable
$5 < \chi^2/df$	Muy mal ajuste, modelo rechazado
AJUSTE COMPARATIVO	
<i>COMPARATIVE FIT INDEX (CFI)</i>	
$0.95 < CFI < 1$	Muy buen ajuste aceptable
$0.9 < CFI < 0.95$	Buen ajuste
$0 < CFI < 0.9$	No aceptable
<i>INDEX TRUCKER-LEWIS (TLI)</i>	
$0.95 < TLI < 1$	Muy buen ajuste aceptable
$0.9 < TLI < 0.95$	Buen ajuste
$0 < TLI < 0.9$	No aceptable
<i>INDICE DE AJUSTE NORMALIZADO (NFI)</i>	
$0.95 < NFI < 1$	Muy buen ajuste aceptable
$0.9 < NFI < 0.95$	Buen ajuste
$0 < NFI < 0.9$	No aceptable
AJUSTE PARSIMIOSO	
Corregido por parsimonia	
NFI	Próximo a 1
PNFI	
OTROS	
<i>ROOT MEAN SQUARE ERROR OF APROXIMATION (RMSEA)</i>	
$0 < RMSEA < 0.05$	Muy buen ajuste
$0.05 < RMSEA < 0.08$	Buen ajuste
$0.08 < RMSEA < 1$	Raramente aceptable
$1 < RMSEA$	No aceptable

Fuente: Adaptado de Ruiz, (2010) y Matas (2023).

Elaborado por: Bonilla y Guamán (2023).

Tabla 7. Valores de Bondad de Ajuste Análisis Factorial Confirmatorio

Estadístico	Abreviatura	Criterio	Valor
Medidas de ajuste absoluto			
Chi-cuadrado	X2	>0,05	1031,3
Chi-cuadrado grados de libertad	CMIN/DF	<5	2, 277
Índice de bondad de ajuste	GFI	Cerca de 1	0,730
Medidas de ajuste incremental			
Índice normado de ajuste	NFI	>0,9	0,604
Índice de ajuste comparativo	CFI	>0,9	0,726
Índice no normalizado de ajuste o Trucker Lewis	NNFI/TLI	>0,9	0,700
Medidas de ajuste de parsimonia			
Error de aproximación cuadrático medio	RMSEA	<0,08	0,086

Fuente: Encuestas aplicadas en julio 2023 y procesadas en SPSS y AMOS GRAPHICS.

Elaborado por: Bonilla, M y Guamán M. (2023)

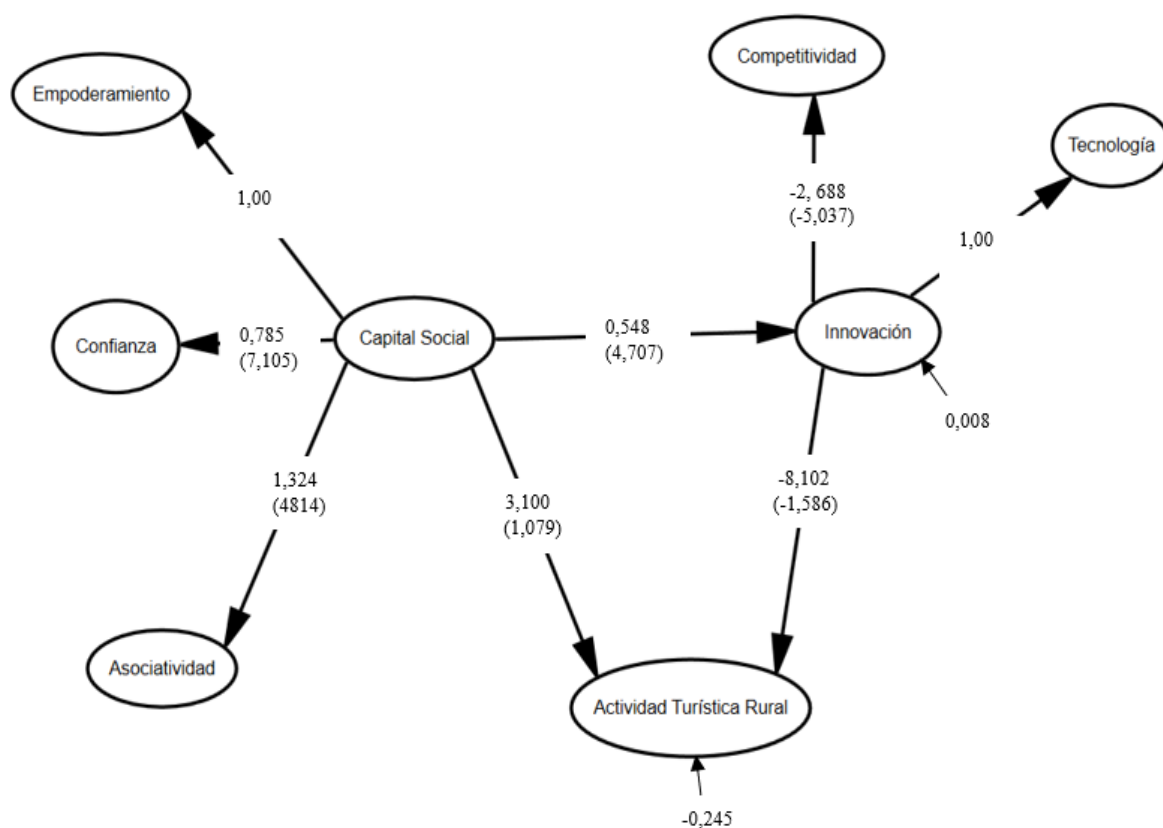
Con relación a las medidas de ajuste absoluto, el valor del Chi-cuadrado es muy significativo, lo que indica correlación entre las variables, el chi-cuadrado con grados de libertad son 2, 277 lo que es menor a 5, lo que demuestra un buen ajuste del modelo, el GFI es 0,730 este valor indica un ajuste del modelo considerable. En las medidas de ajuste incremental, se evidencia que el CFI tiene un valor de 0,726 lo que demuestra un ajuste considerable, aunque lo óptimo es que este índice sea superior a 0,9. El NFI es de 0, 604, lo que demuestra un ajuste bajo, el índice de Trucker Lewis tiene un valor de 0,700 igual demuestra un ajuste bajo. Finalmente, en las medidas de ajuste de parsimonia se obtuvo un RMSEA de 0,086, por lo que se concluye que el modelo general tiene un ajuste considerable y se procede a la elaboración del modelo de ecuaciones estructurales.

4.1.4 Modelo de ecuaciones estructurales

Para la elaboración del modelo de ecuaciones estructurales se partió de la teoría y del Análisis Factorial Confirmatorio. Se cambiaron las flechas de covariancia por constructos unidireccionales para comprobar la incidencia o causalidad entre la variable exógenas o independiente (Capital_Social) y las variable endógenas o dependiente (Emp, Confía, Asoci, Innovación, Compe, Tec y Actividad_Tuística_Rural) y se obtienen las ecuaciones estructurales en base a los estimadores de regresión y la varianza de los errores, como se muestra en la figura 7.

turística (H2) y en la innovación(H5), por otro lado, de acuerdo con la literatura la confianza(H3) y la asociatividad(H4) influyen de manera positiva en el capital social. También la literatura confirma la relación de la innovación con la competitividad(H6) y la tecnología (H7), finalmente se estableció la relación entre innovación y el turismo (H7), dichas relaciones teóricas se aceptan o se rechazan a continuación.

Figura 8. Modelo Final



Fuente: Encuestas aplicadas en julio de 2023 y procesadas en SPSS y AMOS GRAPHICS

Elaborado por: Bonilla, M y Guamán M. (2023)

4.1.5.1 Toma de decisión

Tabla 8. Contraste de la relación de las variables para aceptar o rechazar las hipótesis

	Variable	Estimate	S.E	C.R	P
Capital Social	→ Empoderamiento	1,000			0,001
Capital Social	→ Actividad Turística Rural	3,100	2,872	1,079	0,280
Capital Social	→ Confianza	0,785	0,11	7,105	0,001
Capital Social	→ Asociatividad	1,324	0,275	4,814	0,001
Capital Social	→ Innovación	0,548	0,116	4,707	0,001
Innovación	→ Competitividad	-2,688	0,534	-5,037	0,001
Innovación	→ Tecnología	1,000			0,001
Innovación	→ Actividad Turística Rural	-8,102	5,109	-1,586	0,113

Fuente: Encuestas aplicadas en julio de 2023 y procesadas en SPSS y AMOS GRAPHICS

Elaborado por: Bonilla, M y Guamán M. (2023)

Para realizar el contraste de las hipótesis se consideró el p_valor, que en el criterio Mondragón, (2014) cuando el valor de p es menor que 0.05, se puede concluir que la relación es significativa, lo que indica una relación real, en caso de ser mayor a 0.05 no existe relación entre las variables. La relación entre empoderamiento y capital social (H1: 0,001 $p < 0,05$), el Capital social y su relación con la Actividad Turística (H2: 0,280 $p < 0,05$), el vínculo entre la Confianza y el Capital Social es de (H3: 0,001 $p < 0,05$), Asimismo la influencia la Asociatividad con el Capital Social es positiva (H4: 0,001 $p < 0,05$). La relación entre el Capital Social y la Innovación es (H5: 0,001 $p < 0,05$). La relación existente entre la Innovación y la Competitividad es directa y positiva (H6: 0,001 $p < 0,05$), del mismo modo la relación entre la Innovación y la Tecnología es directa y positiva (H7: 0,001 $p < 0,05$), y por último la relación existente entre la Innovación y la actividad turística es (H8: 0,113 $p < 0,05$). Por lo tanto, se acepta y se rechaza las hipótesis de acuerdo con la relación evidenciada con el p valor, lo cual se evidencia en el cuadro 11 a continuación. Con relación al ratio crítico se encuentra en una rango de 1 a -6, lo que demuestra correlaciones significativas, al igual que las significancia estadística se encuentra en un rango de 1 a 6 positivo.

Cuadro 11. Confirmación de hipótesis

	Hipótesis	Decisión
H1	A mayor empoderamiento entre los actores locales mejor práctica del capital social dentro de las actividades turísticas rurales en el cantón Baños.	<i>Se Acepta</i>
H2	A mayor desempeño del capital social mayor desarrollo de las actividades turísticas rurales.	<i>Se Rechaza</i>
H3	A mayor confianza entre los actores locales mayor influencia del capital social en el turismo rural en el cantón Baños.	<i>Se Acepta</i>
H4	A mayor asociatividad entre los actores locales mayor influencia del capital social en el turismo rural en el cantón Baños.	<i>Se Acepta</i>
H5	El capital social influye de forma importante en la innovación en el turismo rural en el cantón Baños.	<i>Se Acepta</i>
H6	A mayor competitividad en los establecimientos turísticos mayor influencia de la innovación en el turismo rural en el cantón Baños.	<i>Se Acepta</i>
H7	Con una mejor incorporación de la tecnología en los procesos de prestación de servicios mayor es la influencia de la innovación en el turismo rural en el cantón Baños.	<i>Se Acepta</i>
H8	A mayor inversión en innovación mayor desarrollo en las actividades turísticas rurales en el cantón Baños.	<i>Se Rechaza</i>

Fuente: Encuestas aplicadas en julio de 2023 y procesadas en SPSS y AMOS GRAPHICS

Elaborado por: Bonilla, M y Guamán M. (2023)

5. CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El capital social es un factor que interviene positivamente en las organizaciones y se ha convertido en un punto clave para el desarrollo en el sector rural. Al relacionarse con el turismo genera muchas ventajas y a través de ellas permite mejorar la participación, entre los actores locales, ya que estos ven en el sector rural un potencial para la inversión. Del mismo modo, haciendo énfasis en el criterio de Arboleda et al., (2020) y Ludeña (2023), la innovación permite mejorar el producto y lanzar al mercado una propuesta diferenciada y competitiva. Tal es el caso del cantón Baños, dónde la mayor parte de la población se dedica al turismo y para lograr el desarrollo han aplicado estrategias innovadoras en los procesos de prestación de servicios y oferta de productos. La asociatividad es entendida como una estrategia competitiva ya que permite alcanzar objetivos a corto, mediano y largo plazo, mediante planes y alianzas estratégicas entre distintos actores. En consecuencia, las redes asociativas son indispensables y deben estar bien reforzadas, para tener mayor alcance en el mercado turístico. La mayoría de los establecimientos turísticos del cantón Baños, de acuerdo con el criterio de los encuestados, han crecido y se mantienen actualmente en base a las alianzas estratégicas.

Una vez aplicado el modelo de ecuaciones estructurales se establecen los siguientes resultados, se rechazan dos hipótesis, H2(A mayor desempeño del capital social mayor desarrollo de las actividades turísticas rurales) y H8(A mayor inversión en innovación mayor desarrollo en las actividades turísticas rurales en el cantón Baños). Por otro lado, se aceptan seis hipótesis, H1(A mayor empoderamiento entre los actores locales mejor práctica del capital social dentro de las actividades turísticas rurales en el cantón Baños), H3(A mayor confianza entre los actores locales mayor influencia del capital social en el turismo rural en el cantón Baños.), H4(A mayor asociatividad entre los actores locales mayor influencia del capital social en el turismo rural en el cantón Baños), H5(El capital social influye de forma importante en la innovación en el turismo rural en el cantón Baños), H6(A mayor competitividad en los establecimientos turísticos mayor influencia de la innovación en el turismo rural en el cantón Baños) y H7(Con una mejor incorporación de la tecnología en los procesos de prestación de servicios mayor es la influencia de la innovación en el turismo rural en el cantón Baños). Estas han sido demostradas de forma teórica y mediante los datos estadísticos, siendo la mismas importantes para el abordaje del estudio.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda a los centros turísticos tomar en consideración la importancia de la práctica del capital social ya que fomenta la confianza entre los actores, incentiva a la participación e involucra principalmente a los miembros locales, como promotores del cambio y desarrollo. También se recalca que la innovación es un eje fundamental para generar cambios positivos en la actividad turística, ya que en muchos países es considerada una alternativa para controlar el turismo masivo, al igual que el capital social la innovación también se enfoca en el desarrollo local, mediante la identificación y adaptación de las capacidades y potencialidades del territorio. Así pues, el cantón Baños al ser reconocido como una potencia turística en el Ecuador y formar parte del Parque Nacional Llanganates y el Geoparque Volcán Tungurahua cuenta con una gran variedad de recursos naturales lo que permite que sus pobladores se enfoquen en las actividades turísticas, la práctica de turismo controlado, aplicando responsabilidad social en sus actividades.

La presente investigación abre una línea de estudio en el turismo rural en Ecuador, debido a que es una actividad muy importante para la economía del país y cabe destacar en el cantón Baños, dónde su economía se basa mayormente en el turismo, y en menor escala a otras actividades comerciales. Existen distintos métodos estadísticos para demostrar las variables del estudio. Emplear los modelos SEM para demostrar la influencia o correlaciones entre variables, es muy útil para los investigadores. Se recomienda elaborar correctamente los cuestionarios y codificar en escala de Likert los datos, para obtener los resultados deseados.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Alaa, N. & Amare, W. (2019). Contributions of community-based tourism to the socio-economic well-being of local communities: the case of Pulau Redang Island, Malaysia. *International Journal of Tourism Sciences*, 19(2), 80-97, <https://doi.org/10.1080/15980634.2019.1621521>
- Adikampana, I., Sunarta, I. & Pujani, L. (2019). A model of community based rural tourism products development. *Jurnal IPTA*, 7(83). doi: 10.24843/IPTA. 2019.v07.i01
- Adner, R. (2017). Ecosystem as Structure: An Actionable Construct for Strategy. *Journal of Management*, 43 (1), 39-58. <https://doi.org/10.1177/0149206316678451>
- Aguiló & Matos da Silva. (2015). *Encyclopedia of tourism. Lisboa, Portugal: Springer International Publishing*. <http://capturtungurahua.com/index.php/cantones/mocha>.
- Agudelo, M., Rivera, B., Betancourth, A., Olaya, S., Aristizábal, F. y Gallego, N. (2023). Rural Tourism Management as a Route to a Smart Territory Within the Framework of the Triple Transition. Opportunities from a Colombian Rural Territory. 2nd International Conference on Sustainable Smart Cities and Territories. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 732, 391 - 402. doi: 10.1007/978-3-031-36957-5_34
- Alvari, J. (2020). Cultura organizacional y su importancia dentro de la formación en turismo. *Revista Iberoamericana de Educación*, 3(2), 69-81. <https://www.revista-iberoamericana.org/index.php/es/article/view/40/110>
- Anzil, F. (2002). *El progreso tecnológico y el crecimiento económico*. Universidad Nacional de Córdoba. <https://www.econlink.com.ar/economia/crecimiento/crecimientotecnologico.shtml>
- Arbuckle J. (2003). *Amos user's guide*. Chicago: SmallWaters. https://www.ibm.com/docs/en/SSLVMB_26.0.0/pdf/amos/IBM_SPSS_Amos_User_Guide.pdf
- Arboleda, C., Arias., C. y Pérez. E. (2020). Innovación social como estrategia para fortalecer el turismo rural comunitario en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), 92-104 de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062641008>

- Arboleda, O., Ghiso, A. y Quiroz, E. (2008). Capital social: revisión del concepto y propuesta para su reelaboración. *Semestre Económico*, 11(21), 75-90. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-63462008000100006
- Arida, S., Suryasih, A. & Parthama, G. (2019). Model of community empowerment in tourism village development planning in Bali. *In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 313(1), 12-24. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/313/1/012024/meta>
- Atria, R., Siles, M., Lindon, J. y Scott, W. (2003). *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. Libros de la CEPAL No. 71. <https://hdl.handle.net/11362/2324>
- Ayala, Y., Vianchá, Z. y Cruz, J. (2023). Turismo y la transformación del capital social en las comunidades rurales. *Apuntes del Cenes*, 42 (76), 123 - 152. <https://doi.org/10.19053/01203053.v42.n76.2023.15510>
- Ayaviri, D., Quispe, G., y Borja, M. (2017). El Capital Social en el desarrollo local comunitario. Un estudio en comunidades rurales de Bolivia. *Revista Galega de Economía*. (26) 77-88. https://ideas.repec.org/a/sdo/regaec/v26y2017i2_6.html
- Bada, L., Rivas, L. y Littlewood, H. (2017). Modelo de asociatividad en la cadena productiva en las Mipymes agroindustriales. *Contaduría y Administración*, 62 (4), 1100-1117. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2017.06.006>
- Banco Mundial. (2001). *Informe sobre el Desarrollo Mundial 2000/2001. Lucha contra la Pobreza. Panorama General*. Washington, D. C. Banco Mundial. <http://documents1.worldbank.org/curated/en/509031468137396214/pdf/226840SPANISH0WDR0200002001.pdf>
- Banco de Desarrollo de América Latina (2023). *Hacia un turismo vivo y regenerativo en América Latina y el Caribe*. Banco de desarrollo de América latina CAF. <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2023/01/hacia-un-turismo-vivo-y-regenerativo-en-america-latina-y-el-caribe/>

- Bagnasco, A. (2003). *El capital social. Instrucciones de uso*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.
https://biblio.flacsoandes.edu.ec/shared/biblio_view.php?bibid=16953&tab=opac&page=5
- Batista, J., Coenders, G. y Alonso R. (2004). Introducción a los modelos estructurales. Utilización del análisis factorial confirmatorio para la depuración de un cuestionario. *Medicina Clínica*, 122(1), 21-27. doi:10.1157/13057542
- Bel, T., & Ghodbane, A. (2019). What matters most for innovation capability of smes: Structural or cognitive features of networking? *International Journal of Innovation Management*, 23(7)
<https://doi.org/10.1142/S1363919619500634>
- Benites, I. (2021). *Prueba de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) para la adecuación del muestreo*.
https://statologos.com/kaiser-meyer-olkin/#google_vignette
- Bertoncello, R. (1998). Turismo Alternativo en Argentina: ¿una nueva forma de consumo del patrimonio natural? *Revista GeoUruguay*, (02), 117-131.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y Territorio. Otras prácticas, otras miradas. *En, Aportes y transferencias*, 6(2), 29-50. <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/259/>
- BID LAB, (2020). *Soluciones innovadoras para transformar y revitalizar el sector turismo*.
<https://convocatorias.iadb.org/es/mas-alla-del-turismo>
- Bigos, K. & Michalik, A. (2020). The influence of innovation on international new ventures' exporting in central and eastern europe and central Asia countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(3), 47-63. <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080303>
- Bollen, K. (1989) *Structural equations with latent variables*. New York: John Wiley & Sons.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781118619179>
- Borseková, K., Vaňová, A., Šúrová, J., Král, P., Turečková, K., Nevima, J. & Martinát, S. (2021). *The nexus between creative actors and regional development*, 10(3).
<https://doi.org/10.3390/land10030276>
- Bourdieu, P. (1983). *The Forms of Capital, Handbook of the Theory and Research for de Sociology of Educatiín*. Newyork: Greenwood Press, p. 241-258.

- Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital*, (págs. 241-258). Richardson(ed).
- Boussut, V., y Salin, E. (2018). *El turismo en las Américas: territorios, experiencias y ¿nuevos desafíos?* <https://doi.org/10.4000/ideas.5721>
- Brand, Y. (2021). *Modelos de Ecuaciones Estructurales: Conceptos y Aplicaciones*. [Tesis para el título de Magíster en Matemática Aplicada]. Universidad Nacional de Colombia. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/80064/1059705148.2021>.
- Bradley, L., Noble, N., & Hendricks, B. (2020). The APA Publication Manual: Changes in the seventh edition. *The Family Journal*, 28(2). <https://doi.org/10.1177/1066480720911625>
- Briones, A., Cruz, E. & Tejeida, R. (2015). Towards the composition of the community system in the political practice of tourism in the state of Hidalgo, Mexico. *Proceedings of the 58th Annual Meeting of the ISSS-2012 United States*, 1(1). <https://journals.issis.org/index.php/proceedings58th/article/view/2290>
- Brown, S. (2008). “Business processes and business functions: A new way of looking at employment”. *Monthly Labor Rev.*, 131, 51. www.bls.gov/mlr/2008/12/art3full.pdf.
- Burgos, A., y De la Torre, C. (2014). Mapa emocional de ancares-courel: turismo sostenible y desarrollo rural a través de la innovación y la participación local. *Turismo - Visão e Ação*, 16(2), 222-247. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056067002>
- Canal, M. (2016). *Incidencia en el empoderamiento de comunidades atendidas por Programas de Desarrollo y Paz y fundaciones petroleras*. <https://ikels-dspace.azurewebsites.net/bitstream/handle/123456789/177/PerspectivasVol5N%C2%BA1.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=25>
- Camacho, R. (2007). *Comercialización para el desarrollo del turismo rural*. STUDYLIB. <https://studylib.es/doc/7160918/comercializacion-para-el-desarrollo-del-turismo-rural>
- Cao, J., Qiu, H., Morrison, A. y Wei, W. (2022). The Role of Social Capital in Predicting Tourists’ Waste Sorting Intentions in Rural Destinations: Extending the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19, 2-20. <https://doi.org/10.3390/ijerph191912789>

- Castaño, I., y Quiceno, M. (2022). *Plan de ciencia, tecnología e innovación para mejorar la competitividad de empresa del sector panelero de Antioquia. Estudio de caso: Edoluca*. <https://repository.eia.edu.co/server/api/core/bitstreams/b08f9bea-ba35-4e55-b4b6-f555cf90d97e/content>
- Castillo, B. (2016). *Diseño de un plan de negocios para mejorar la gestión del turismo comunitario en la comuna Playa De Oro, Parroquia Luis Vargas Torres, Cantón Eloy Alfaro, Provincia Esmeraldas* [Tesis previa obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Repositorio Digital PUCESE. <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/587>
- CEPAL. (2019). *Panorama Social de América Latina y el Caribe 2018*. Naciones Unidas. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44969-panorama-social-america-latina-2019>
- Chávez, R. (2015). Un millón de turistas visitan baños de Agua Santa (Infografía). *El Telégrafo*. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/un-millon-de-turistas-al-ano-visitan-banos-de-agua-santa-infografia>
- Chin, W. (2013). *“The partial least squares approach to structural equation modeling”*. En Marcoulides, Georges A. *Modern methods for business research*. Nueva York, EEUU. Psychology Press.
- Ciborowski, R. (2016). Innovation Systems in the Terms of Schumpeterian Creative Destruction. *EUREKA: Social and Humanities*, 4(4), 29-37. <https://doi.org/10.21303/2504-5571.2016.00114>
- Cirera, X., Frías, J., Hill, J. & Li, Y. (2020). *A practitioner’s guide to innovation policy*. The World Bank. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/158861581492462334/pdf/A-Practitioner-s-Guide-to-Innovation-Policy-Instruments-to-Build-Firm-Capabilities-and-Accelerate-Technological-Catch-Up-in-Developing-Countries.pdf>
- Coca, A., Gabor, M. & Susanu, I. (2023). Do Innovation Metrics Reflect Sustainable Policy Making in Europe? A Comparative Study Case on the Carpathian and Alpine Mountain Regions. *Mathematics*, 11(6), 1-30. <https://doi.org/10.3390/math11061558>

- Cooke, P., Gómez, M. & Etxebarria, G. (1997). Regional innovation systems: Institutional and organizational dimensions. *Research Policy*, 26, 475-491. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(97\)00025-5](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(97)00025-5)
- Coleman, J. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge, Belknap Press. <https://www.hup.harvard.edu/catalog.php?isbn=9780674312265>
- Correa, D., y Díez, J. (2020). *Emprendimiento social: el camino hacia el desarrollo sostenible colombiano. Desarrollo y territorio: innovación social*. Resultados de investigación. Fondo Editorial Universidad Católica de Oriente, 97-110. <https://repositorio.uco.edu.co/jspui/bitstream/20.500.13064/976/1/Desarrollo%20y%20Territorio%20Innovaci%C3%B3n%20Social.pdf#page=97>
- Cupani, M. (2012). Análisis de Ecuaciones Estructurales: conceptos, etapas de desarrollo y un ejemplo de aplicación. *Revista Tesis*, 2, 186–199. <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/22039>
- Chaves, R., & Monzón, J. (2018). The social economy facing emerging economic concepts: social innovation, social responsibility, collaborative economy, social enterprises and solidary economy. *CIREC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93, 5-50. Doi: 10.7203/CIRIEC-E.93.12901.
- Di Marino, C. (2013). *El efecto multiplicador del turismo, ¿es real?* Senti Argentina. <http://sentiargentina.com/el-efecto-multiplicador-del-turismo-es-real/>
- Drucker, P. (2008). *Management. Revised Edition*. Zondervan. https://www.academia.edu/35149943/Peter_F_Drucker_Management_Rev_Ed
- Edquist, C. & Johnson, B. (1997). *Institutions and Organizations in Systems of Innovation*. Fagerberg, J, Mowery, D. and Nelson, R. (eds.). https://www.researchgate.net/profile/Charles-Edquist-2/publication/246482165_Institutions_and_Organizationsin_Systems_of_Innovation/links/54e2079f0cf296663793fc34/Institutions-andOrganizations-inSystems-ofInnovation.pdf
- Escobedo, M., Hernández, J., Estebané, V., y Martínez, G. (2016). Modelos de Ecuaciones Estructurales: Características, Fases, Construcción, Aplicación y Resultados. *Ciencia y Trabajo*, 18 (55), 16-22. <https://www.scielo.cl/pdf/cyt/v18n55/art04.pdf>

- Espejel, A., Barrera, A., Cuevas, V., Ybarra, M. y Venegas, J. (2017). Sistemas de innovación y patrones de interacción local en el sector rural en México. *Nova scientia*, 9(19), 595-614. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203353519031>
- Espiau, G. (2017). Nuevas tendencias de la innovación social. *Revista Española del Tercer Sector*, (36), 139-168. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6460202>
- Espinoza, I., Guerrero, P., e Iturralde, J. (2019). Clústeres turísticos, un nuevo enfoque dentro de las ventajas competitivas del turismo rural. *Tierra Infinita*, 104-117. <https://doi.org/10.32645/26028131.963>
- Eusébio, C., Carneiro, J., Kastenholz, E., Figueiredo, E. & Soares da Silva, D. (2017). Who is consuming the countryside? An activity-based segmentation analysis of the domestic rural tourism market in Portugal. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 197-210. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.12.006>
- Fernández, V. (2004). *Relaciones encontradas entre las dimensiones de la estructura organizativa y los componentes del constructo "capacidad de absorción" el caso de empresas ubicadas en el territorio español*. Universitat Politècnica de Catalunya. <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/94078/01Vfa01de10.pdf>
- Falquemberg, O. y Gazzera, A. (2020). Capital social y redes de cooperación en el destino turístico de montaña: San Martín de los Andes, Patagonia, Argentina. *Gestión turística*, (33), 45-62. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8050337>
- Flores, M. y Rello, F. (2001) *Capital Social: Virtudes y Limitaciones*. Ponencia presentada en la Conferencia Regional sobre Capital Social y Pobreza. CEPAL y Universidad del Estado de Michigan, Santiago de Chile. <https://www.flacsoandes.edu.ec/agora/capital-social-virtudes-y-limitaciones>
- Fortini de Souza, J. (2014). *Modelo para evaluar el capital social en programas de cooperación para el desarrollo*. [Tesis Doctoral]. E.T.S.I. Agrónomos (UPM). <https://doi.org/10.20868/UPM.thesis.33639>.

- Franco, A. (2022). Políticas públicas que determinan el desarrollo del producto de turismo comunitario. *Gestionar: revista de empresa y gobierno*, 2, 43-54. <https://doi.org/10.35622/j.rg.2022.04.004>
- Freeman, C. (1987). *Technology and economic performance: lessons from Japan*. London: Pinter. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1130000797796792704>
- Freeman, R. (2005). Stakeholder Theory. En Werhane, P. y Freeman, R. eds.: *The Blackwell encyclopedia of management*, (2) 496-500. Oxford: Blackwell Publishing
- Friedmann, J. (2013). *Empowerment: The politics of alternative development*. Oxford: Blackwell.
- Gabor, M., Oltean, F. & Coca, A. (2023). Innovative Tourism Products as Sustainable Solutions for Emerging Economies. *ECONOMICS*, 11(1). 69- 83. <https://doi.org/10.2478/eoik-2023-0007>
- Gambarota, D. y Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>
- Gao, Ch. & Cheng, L. (2020). Tourism-driven rural spatial restructuring in the metropolitan fringe: An empirical observation. *Land Use Policy*, 95. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2020.104609>
- Gard, N., Knollenberg, W. & Komorowki, A. (2015). The central role of leadership in rural tourism development: a theoretical framework and case studies. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9). doi: 10.1080/09669582.2015.1019514
- García, J. (2011). Redes: Revista hispana para el análisis de redes sociales. *Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 20(0) 132-160. <https://www.raco.cat/index.php/Redes/article/view/249752>
- García, F. (2012). *Conceptos sobre Innovación*. Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería. https://www.acofi.edu.co/wpcontent/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf

- García, R. y Ospino, O. (2020). Variables incidentes en las nuevas apuestas de turismo rural. *Dimensión Empresarial*, 18(4). <http://ojs.uac.edu.co/index.php/dimension-empresarial/article/view/2347/2352>
- García, M., De la Cruz, A, García, G., Contreras, V. y Guevara, L. (2022). El capital social para el turismo rural en Mata Clara y El Mirador, comunidades afrodescendientes de Veracruz. *El Periplo Sustentable*, (42), 279-310. <http://orcid.org/0000-0002-2638-9849>
- Gerald, A. (2007). *Introducción a los modelos de crecimiento económico exógeno y endógeno*. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/243/>
- Gledson, J. & Phoenix, C. (2017). Exploring organizational attributes affecting the innovativeness of UK SMEs. *Construction Innovation*, 17(2), 224-243. <https://doi.org/10.1108/CI-11-2015-0065>
- Gómez, C., López, M. & Hernández, M. (2018). Correspondence of design policies with the innovation measurement framework of the Oslo Manual. Concordancia de las políticas de diseño con el marco de medición de la innovación del Manual de Oslo. *Revista 180*, 41, 62-77. <http://www.revista180.udp.cl/index.php/revista180/article/viewFile/359/381>
- Gómez, C. y Panchano, N. (2019). El turismo, capital social y valor agregado de Esmeraldas. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales* (septiembre 2019). <https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/09/turismo-valor-esmeraldas.html>
- González, M. (2008). *Turismo Rural: Ecuador*. Quito: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. <https://www.calameo.com/books/004076217b5dd6f16e297>
- González, D. y Macías, A. (2019). Influencia del capital social en la calidad de vida de los habitantes de la isla turística Cozumel. *Investigaciones Turísticas* (18), 138-168. <http://dx.doi.org/10.14198/INTURI2019.18.07>
- Granovetter, M. (2017). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91 (3), 481-510. <http://www.jstor.org/stable/2780199>
- Guffante, T., Guffante, F. y Chávez, P. (2016). *Investigación científica – El proyecto de investigación*. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24891w/Investigacion_cientifica_el%20proyecto_de_investigacion.pdf

- Hair, J., Anderson, R., Tatham R. & Black W. (1999). *Análisis Multivariante*. 5ª ed. Madrid: Prentice Hall. <https://www.scribd.com/document/436344341/Analisis-Multivariante>
- Hargreaves, D. (2001). A capital theory of school effectiveness and improvement. *British Educational Research Journal*, 27(4), 487-503. <https://doi.org/10.1080/01411920120071489>
- Herrera, R., Ríos, L., León, R. y Beltrán, J. (2020) Concordancia entre la radiografía panorámica y la tomografía computarizada de haz cónico en la relación de los terceros molares mandibulares con el conducto dentario inferior. *Revista de Estomatológica Herediana*, 30(2). <http://dx.doi.org/10.20453/reh.v30i2.3760>
- Hernández, L., Oyanedel, J. y Pérez, E. (2003). *Asociatividad y desarrollo. Para una caracterización del sector asociativo en Chile*. Lima: Ponencia presentada al XXIV Congreso de la asociación Latinoamericana de Sociología. Lima – Perú.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Editorial McGraw-Hill Interamericana. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández, C., Pérez, F. y Jiménez, V. (2010). Estrategias de innovación en turismo rural como producto maduro. *Destinos turísticos maduros ante el cambio*, (71) 13-275. <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/pasosrep4.pdf#page=71>
- Hervás, J., Rojas, R., Martins, B., and Cevelló, R. (2011). The overlapping of national IC and innovation systems. *Journal of intellectual capital*, 12 (1), 111-131. <https://doi.org/10.1108/14691931111097935>
- Huertas, T., Cuétara, L., Jiménez, B. y Pilco, E. (2020). *El aprovechamiento sostenible del turismo rural de Ecuador. Caso de estudio: Cantón Mocha, Provincia de Tungurahua de Ecuador*. *Revista Espacios*, 41(07), 6. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p06.pdf>
- IBM. (2023). *Prueba de KMO y Bartlett*. <https://www.ibm.com/docs/es/spss-statistics/29.0.0?topic=detection-kmo-bartletts-test>

- Jaramillo, F. y Szauer. (2003). *Capital social: clave para una agenda integral de desarrollo. Desarrollo Sostenible CAF*. https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/682/Capital_social._Clave_para_una_agenda_integral_de_desarrollo.pdf?sequence=3&isAllowed
- Joo, J., Choi, J. & Kim, N. (2019). Examining Roles of Tour Dure Producers for Social Capital and Innovativeness in Community-Based Tourism. *Sustainability*, 11(19), 5337. MDPI AG. <https://doi.org/10.3390/su11195337>
- Jöreskog K. (1969). A general approach to confirmatory maximum likelihood factor analysis. *Psychometrika*, 34, 183-202. <https://doi.org/10.1007/BF02289343>
- Jöreskog K, Sörbom D. (1996). *LISREL 8: User's reference guide*. Chicago: Scientific Software International. Multivariate Software.
- Juárez, D., Coria, A. y Tejeida, R. (2019). Impacto del capital social e innovación en la competitividad de productores de amaranto en México. *Revista mercados y Negocios*, 40, 103-116. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571860888007>
- Kaplan D. (2000). *Structural equation modeling: Foundations and extensions*. Newbury Park: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781452226576>
- Kaptan, Ç., Cengiz, T., Özkök, F. & Tatlı, H. (2020). Land use suitability analysis of rural tourism activities: Yenice, Turkey. *Tourism Management*, 76, 103949. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.07.003>
- Kline R. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Gilford Press
- Kliksberg, B. (2002). *Capital social y cultura: claves olvidadas del desarrollo*. Buenos Aires: BID-INTAL, Documento de divulgación No 7, 44p. <http://www.iadb.org/Intal/aplicaciones/>
- Koschatzky, K. (1998). Firm innovation and region: the role of space in innovation processes. *International Journal of Innovation management*, 2 (4), 383-408. <https://doi.org/10.1142/S1363919698000171>
- La Rosa, L. (2017). *Empoderamiento y Programa Subsectorial de Irrigación*. Washington: MundialPS.

- Lee, M. (2014). Bringing the best of two worlds together for social capital research in education: social network analysis and symbolic interactionism. *Educational Researcher*, 43(9), 454-464. <https://doi.org/10.3102%2F0013189X14557889>
- Li, Y., Liu, Y., Long, H. & Cui, W. (2014). Community-based rural residential land consolidation and allocation can help to revitalize hollowed villages in traditional agricultural areas of China: Evidence from Dancheng County, Henan Province. *Land Use Policy*, 39, 188-198. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2014.02.016>
- Li, Y., Westlund, H. & Liu, Y. (2019). Why some rural areas decline while some others not: An overview of rural evolution in the world. *Journal of Rural Studies*, 68, 135-143. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.03.003>
- López, J. y López, L. (2004), Evolución y perspectivas del enfoque interdisciplinario en el estudio del Turismo. *Estudios Turísticos*, 12(160), 31-44. <http://hdl.handle.net/11441/51747>
- López, P. (2020). Agroturística y de servicios múltiples de San Ramón de la Virgen de Sarapiquí (Cooproturs R.L). *Revista Ventana*, 7-10. <https://revistas.tec.ac.cr/index.php/ventana/article/view/5475/5194>
- López, J. y Sánchez, M. (2021). Red, Comunidad, Organización. La Escuela como Ecosistema de la Innovación Educativa. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación 2021*, 19(4), 31-54. <https://doi.org/10.15366/reice2021.19.4.002>
- López, S., Cívís, M. y Díaz, J. (2017). Capital y redes sociales de maestros: Revisión sistemática. *Revista de Educación*, 381. doi: 10.4438/1988-592X-RE-2017-381-387
- Lucero, D., y Torres., A. (2021). Componentes de la asociatividad empresarial y gobernanza en áreas naturales protegidas con capacidades turísticas. *Economía, Sociedad y territorio*, 20(64). <https://doi.org/10.22136/est20201597>
- Ludeña, L. (2023). Turismo sostenible en comunidades locales: beneficios económicos y culturales. *Revista INSTA Magazine I+D*, 6(1). <http://revista.redinsta.com/index.php/instamagazine/article/view/50/67>

- Lundvall, B. (1992). National Systems of Innovation: towards a theory of innovation and interactive learning. *Research Policy*, 24(02), 320. [https://sci-hub.se/10.1016/0048-7333\(95\)90017-9](https://sci-hub.se/10.1016/0048-7333(95)90017-9)
- Malinton, F., & Pamerdi, G. (2021). Social Capital and Community-Based Rural Tourism Development in Kauman Kidul, Salatiga, Central Java, *JSSP*, 5(2), 241-251. <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jssp/article/view/9465/4319>
- Marchena, M. (1993). Turismo y desarrollo regional: El espacio del ecoturismo. *Papers de turisme*, (11), 111-132. <https://idus.us.es/handle/11441/47161>
- Martínez, O. y Baca, I. (2022). Turismo rural comunitario: desafío de comunidades del occidente de Nicaragua, oportunidad para mejorar el recurso económico. Enfoque pls-sem. *Apuntes de economía y sociedad*, 3(2), 67-78. <https://doi.org/10.5377/aes.v3i2.15491>
- Martínez, P., Ávalos de la Cruz, D., García, C., Hidalgo, J. y López, V. (2022). El capital social para el turismo rural en Mata Clara y El Mirador, comunidades afrodescendientes de Veracruz. *El Periplo Sustentable*, (42), 279 - 310. <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i42.14162>
- Matas, A. (2023). *Modelos de ecuaciones estructurales con la librería SEM de R*. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7817028>
- Makridis, C. & Wu, C. (2021). How social capital helps communities' weather the COVID-19 pandemic. *PloS one*, 16(1), e0245135. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245135>
- Millán, M., López Guzmán, T. y Agudo Gutiérrez, E. (2006). El turismo rural como agente económico: desarrollo y distribución de la renta en la zona de Priego de Córdoba. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (55),167-192. ISSN: 0213-8093. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17405507>
- Mondragón, M. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en Fisioterapia. *Revista movimiento científico*, 8(1), 98-104. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5156978>
- Montes de Oca, C., y Vera, J. (2014). *Plan de gestión integrada en el turismo rural del cantón bolívar: caso de estudio parroquia Membrillo*. [Tesis previa la obtención del título de ingeniero en

turismo] Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López.
<https://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/137>

Moral, M., Fernández, M. y Sánchez, M. (2019). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Revista Espacios*, 40(01), 03.
<https://www.revistaespacios.com/a19v40n01/19400103.html>

Mullo, E., Castro, J., y Guillén, S. (2019). Innovación y desarrollo turístico. Reflexiones y desafíos. *Universidad y Sociedad*, 11(4), 394-399.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000400394

Municipio Baños. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Municipiobanos.
https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTAIP2020/agosto2020/PDOT_2019-2023.pdf

Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242–266. <https://doi.org/10.2307/259373>

Navarro, J., Llisterri, J. y Zúñiga, P. (2010). “La importancia de las ideas: innovación y productividad en América Latina”. En: C. Pagés, *La era de la productividad: cómo transformar las economías desde sus cimientos*, 265-304.

Nelson, R. & Winter, S. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
http://inctpped.ie.ufrj.br/spiderweb/pdf_2/Dosi_1_An_evolutionary-theory-of_economic_change..pdf

Nelson, R. (1993). *National innovation systems: A comparative analysis*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. <https://ssrn.com/abstract=1496195>

Nofiani, D., Indarti, N., Lukito, A. & Manik, F. (2021). The dynamics between balanced and combined ambidextrous strategies: A paradoxical affair about the effect of entrepreneurial orientation on SMEs' performance. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(5), 1262-1286. <https://doi.org/10.1108/JEEE-09-2020-0331>

- Nugraha, A., Prayitno, G., Hasyim, A. & Roziqin, F. (2021). *Social capital, collective action, and the development of agritourism for sustainable agriculture in rural Indonesia*. <https://doi.org/10.5109/4372255>
- OCDE/Eurostat. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation*, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Olaya, A. (2008). Economía de la innovación y del cambio tecnológico: una aproximación teórica desde el pensamiento Schumpeteriano. *Revista Ciencias Estratégicas*, 237-246. <http://hdl.handle.net/20.500.11912/7408>
- Organización Mundial de Turismo. (2019a). *International Tourism Highlights, 2019 Edition*. UNWTO, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284421152>
- Organización Mundial de Turismo. (2019b). *UNWTO Tourism Definitions*. Madrid. World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- Organización Mundial de Turismo. (2020). *Turismo Rural*. UNWTO. <https://www.unwto.org/es/turismorural#:~:text=La%20OMT%20entiende%20el%20turismo,ca%C3%B1a%20y%20la%20visita%20a>
- Osorio, M. (2010). Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna/posmoderna. *Convergencia, Revista de Ciencias Sociales*. (52), 235-260. <https://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v17n52/v17n52a10.pdf>
- Osorio, M. y Domínguez, J. (2019). Experiencias de turismo comunitario en el Área Natural Protegida del Nevado de Toluca, México: hacia la construcción de productos turísticos patrimoniales alternativos. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 16(83),1-28. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11774627005>
- Ostrom, E. & Ahn, T. (2009). The Meaning of Social Capital and Its Link to Collective Action. *In Handbook of Social Capital: The Troika of Sociology, Political Science and Economics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 17. <https://doi.org/10.4337/9781848447486.00008>

- Ovares, C. (2018). La sociología de Georg Simmel y el capital social: La confianza como fuerza socializadora. *Revista Reflexiones*, 97(2), 23-42. <https://doi.org/10.15517/rr.v97i2.31481>
- Oxfam. (2017). *Una economía para el 99%*. Oxfam International. <https://www.oxfam.org/es/informes/una-economia-para-el-99>
- Palomino, B., Gasca, J. y López, G. (2016), El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable*, 30(1), 6-37. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000100006
- Pankov, S., Schneckenberg, D. & Velamuri, V. (2021). Advocating sustainability in entrepreneurial ecosystems: Micro-level practices of sharing ventures. *Technological Forecasting and Social Change*, 166. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120654>
- Panosso & Gidoi. (2015). *Tourism in Latin America*. Sao Pablo, Brazil: Springer International Publishing. doi: 10.1007/978-3-319-05735-4
- Parlar, H., Polatcan, M. & Cansoy, R. (2020). The relationship between social capital and innovativeness climate in schools. The intermediary role of professional learning communities. *International Journal of Educational Management*, 34(2), 232-244. <https://doi.org/10.1108/IJEM-10-2018-0322>
- Paredes, B., Chiriboga., F. y Zambrano, E. (2022). Turismo rural y desarrollo productivo. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 6(10), 2-7. <https://doi.org/10.46296/yc.v6i10.0140>
- Pasanchay, K. & Schott, C. (2021). Community-Based Tourism Homestays' Capacity to Advance the Sustainable Development Goals: A Holistic Sustainable Livelihood Perspective. *Tourism Management Perspectives*, 37(1), 100784. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100784>
- Pirnau, C., Ghiculescu, D. & Ion, N. (2018). SMEs creativity and smart regional development. *Paper presented at the MATEC Web of Conferences*, 178. <https://doi.org/10.1051/matecconf/201817807007>

- Pisani, E. y Michelet, S. (2018). Capital social y desarrollo rural: revisión de los aportes europeos en investigación aplicada. *Revista Pensamiento y Acción Interdisciplinaria*, 4(2), 44-59. <http://doi.org/10.29035/pai.4.2.44>
- Ponce, M. (2011). Competitividad e innovación en el producto turístico rural de la Región de Murcia. *Cuadernos de Turismo*, (27), 743-758. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/140201/126341>
- Polatcan, M. y Balci, A. (2019). Social capital wealth as a predictor of innovative climate in schools. *International Journal of Contemporary Educational Research*, 6(1), 183-194. <https://doi.org/https://doi.org/10.33200/ijcer.554728>
- Prado, C. (2020). *Capital social y turismo, alternativas reales de desarrollo local: el caso de Michoacán*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2020/03/capital-social-turismo.html>
- Pramanik, P., Ingkadijaya, R., Achmadi, M., Tinggi, S. & Trisakti, P. (2019). The Role of Social Capital in Community Based Tourism. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 7(2), 62-73. <https://jitode.ub.ac.id/index.php/jitode/article/view/353>
- Prayitno, G., Ainul H., Achmad E., Aidha A. & Dian D. (2022a). Structural Model of Community Social Capital for Enhancing Rural Communities Adaptation against the COVID-19 Pandemic: Empirical Evidence from Pujon Kidul Tourism Village, Malang Regency, Indonesia. *Sustainability (Switzerland)* 14(19), 12949. <https://doi.org/10.3390/su141912949>
- Prayitno, G., Dian D., Rahmawati R., Lusiana E. & Aidha A. (2022b). Community Decision Making Based on Social Capital during COVID-19 Pandemic: Evidence from Bangelan Village Tourism, Indonesia. *Journal of Socioeconomics and Development*, 5, 127–39. <https://doi.org/10.3390/su141912487>
- Prayitno, G., Dinanti, D., Wisnu, D., Rahmawati, R., Auliah, A. & Eka, L. (2023). The Influence of Social Capital in Improving the Quality of Life of the Community in Sidomulyo Tourism Village, Indonesia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 46(1), 208–217. <https://doi.org/10.30892/gtg.46123-1017>

- Putnam, R. (2003). *El declive del capital social. Un estudio internacional sobre las sociedades y el sentido comunitario*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Randelli, F. & Martellozzo, F. (2019). Is rural tourism-induced built-up growth a threat for the sustainability of rural areas? The case study of Tuscany. *Land Use Policy*, 85, 387-398. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.05.018>
- Ramírez, O., Cruz, G. y Vargas, E. (2018). Un acercamiento al capital social y al turismo desde el enfoque mixto y mapeo de actores. *Antropología Experimental*, 18(4), 55-73. <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae/article/view/3806/3120>
- Rappaport, J. (2014). Terms of empowerment/exemplars of prevention: Toward a theory for community psychology. *American Journal of Community Psychology*, 15, 121-148.
- Ratković, R., Jablan, M. & Liješević, M. (2022). Innovation in tourism as a model of recovery in the postpandemic period. *ECONOMICS - Innovative and Research Economics Journal* 10(2), 131-146. <https://doi.org/10.2478/eoik-2022-0017>
- Rincón, C. y Díaz, R. (2016). Una aproximación teórica a la innovación. Fuentes y barreras en el sector lácteo. *Revista CIFE: Lecturas de Economía Social*, 18 (28), 91-110. <https://doi.org/10.15332/s0124-3551.2016.0028.04>
- Rincón, C., Navarrete, C., Díaz, R. y Cadrazco, M. (2021). *Determinantes del perfil innovador y emprendedor para organizaciones del sector turismo de naturaleza*. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/6945/7486>
- Ristić, D., Vukoičić, D. & Milinčić, M. (2019). Tourism and sustainable development of rural settlements in protected areas - Example NP Kopaonik (Serbia). *Land Use Policy*, 89. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.104231>
- Robledo, J. (2017). *Introducción a la Gestión de la tecnología y la Innovación*. Universidad Nacional de Colombia. https://minas.medellin.unal.edu.co/descargas/Robledo_2017_Introduccion_a_la_gestion_de_la_tecnologia_y_la_innovacion.pdf

- Rodríguez, D. y Granados, P. (2017). Diagnóstico de competitividad del turismo en Boyacá (Colombia). *Revista Facultad De Ciencias Económicas*, 25(2), 193–205. <https://doi.org/10.18359/rfce.3073>
- Rodriguez, G. (2020). *Turismo Rural*. Teseopress. <https://www.teseopress.com/diccionarioagro/cha-pter/turismo-rural/>
- Romer, P. (2019). *Paul Romer on Growth, Cities, and the State of Economics*. EconTalk [Audio Podcast], Roberts, R. (producer). <http://www.econtalk.org/paul-romer-on-growth-cities-andthe-state-of-economics/>.
- Romero, E. (2021). *La innovación social desde la acción colectiva en el turismo. Caso Cuetzalan del Progreso pueblo mágico*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/152082>
- Rothwell, R. (1994). Industrial Innovation: Success, Strategy, Trends in Dodgson, M.; Rothwell, R., *The Handbook of industrial*, 33-53. USA: Edward Elgar. https://ideas.repec.org/h/elg/eechap/143_4.html
- Ruiz, M. A., Pardo, A. y San Martín, R. (2010). Modelos de Ecuaciones Estructurales. *Papeles del Psicólogo*, 31(1), 34-45. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77812441004>
- Salvagni, J., Valduga, V. & Nodari, C. (2020). Cooperation, innovation and tourism in the grape and wine region, Brazil. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 17. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr17.citg>
- Samara, E., Georgiadis, P. & Bakouros, I. (2012). The impact of innovation policies on the performance of national innovation systems: A system dynamics análisis. *Technovation*, 32 (11), 624-638. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2012.06.002>
- Santamaría, E. & Pico, P. (2015). La calidad de vida del propietario de la empresa familiar, caso empresas de Ambato, Tungurahua, Ecuador. *Sotavento M.B.A*, 25(2), 66-73. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/view/4495/5161>
- Santos, R., (2020). *Retos y oportunidades del turismo rural en Ecuador*. https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/024338_retos-y-oportunidades-del-turismo-rural-en-ecuador.html

- Scheyvens, R. & Laeis, G. (2021). Linkages between Tourist Resorts, Local Food Production and the Sustainable Development Goals. *Tourism Geographies*, 23(1), 787–809. <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1674369>
- Schumpeter, J. (1976). *Capitalism, socialism, and democracy (1942)* J. Econ. Literature, 20, 1463. <https://periferiaactiva.files.wordpress.com/2015/08/joseph-schumpeter-capitalism-socialism-and-democracy-2006.pdf>
- Sepúlveda, C. (2004). *Diccionario de términos económicos*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- Serrano, R., Cruz, G. y Ramirez, O. (2018). Turismo y capital social: vacíos y oportunidades de investigación. *Revista Turismo y Sociedad* vol. 24, 25-49. <https://www.redalyc.org/journal/5762/576262646002/html/>
- Shen, S., Wang, H., Quan, Q. & Xu, J. (2019). Rurality and rural tourism development in China. *Tourism Management Perspectives* 30(9), 98-106. doi:10.1016/j.tmp.2019.02.006
- Sie, D. (2020). *Rapat Koordinasi Tentang Dampak Virus COVID 19*. <https://www.sie.pujonkidul.desa.id/berita.php>
- Silva, F. & Martínez, G. (2019). La justicia alternativa como derecho humano. *JURÍDICAS CUC*, 15(1), 263–2840. <https://doi.org/10.17981/juridcuc.15.1.2019.10>
- Solow, R. (1956). A contribution to the theory of economic growth. *The Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65–94. <https://doi.org/10.2307/1884513>
- Su, L., Bocong J. & Yinghua H. (2022). How Do Destination Negative Events Trigger Tourists' Perceived Betrayal and Boycott? *The Moderating Role of Relationship Quality*. *Tourism Management*, 92(1), 104536. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104536>
- Snyman, S. (2019). African tourism industry employees: expenditure patterns and comparisons with other community members. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(6), 788-804. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1408634>

- Tamayo, D., Sosa, M. y Munguia, A. (2016). *Turismo Alternativo: ¿Actividad para el desarrollo a nivel local o para la sustentabilidad ambiental?* 21° Encuentro Nacional sobre el desarrollo Regional en México. <http://ru.iiec.unam.mx/3334/1/099-Tamayo-Sosa-Munguia.pdf>
- Taylor, K. (2021). An analysis of the entrepreneurial institutional ecosystems supporting the development of hybrid organizations: The development of cooperatives. *The U.S. Journal of Environmental Management*, 286, 36-49. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.112244>
- Téllez, G. (2002). *Pierre Bourdieu: conceptos básicos y construcción socioeducativa*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.
- Thalasselis, C. (2020). Internacionalización del turismo y desarrollo capitalista en América Latina. *Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe*, 18(3), 76-87. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7380260>
- Thompson, T., Purdy, J. & Ventresca, J. (2018). How entrepreneurial ecosystems take form: Evidence from social impact initiatives in Seattle. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12, 96-116. <https://doi.org/10.1002/sej.1285>
- Tomay, K. & Tuboly, E. (2023) The role of social capital and trust in the success of local wine tourism and rural development. *Sociologia Ruralis*, 63, 200– 222. <https://doi.org/10.1111/soru.12396>
- Tomay, K. (2019). Az összekötő társadalmi tőke (újra)termelődésének terei, (Reproducing Bridging Social Capital: The Role of Urban and Rural Gentrification in the Entrepreneurial and Innovation Ecosystems). *Replika*, 111,43–62. <https://doi.org/10.32564/111.4>
- Torres, M., Larrañaga, A. y Lizárraga, R. (2022). Capital social como base de un destino turístico creativo. *Revista Latinoamericana de Turismología/ Relat*, 8(1), 1-18. <https://periodicoshomolog.ufjf.br/index.php/rlaturismologia/article/view/37273/25069>
- Urteaga, E. (2013). La teoría del capital social de Robert Putnam: Originalidad y carencias. *Reflexión Política*, 15(29), 44-60. <https://revistas.unab.edu.co/index.php/reflexion/article/view/4704>
- Utami, B. (2021). Sektor Pariwisata Indonesia Di Tengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 4, 8–14. <http://jdep.upnjatim.ac.id/index.php/jdep>

- Valencia, G., Aguirre, M., y Flórez., J. (2008). Capital social, desarrollo y políticas públicas en Medellín, 2004–2007. *Revista Estudios Políticos*, 32. Instituto de Estudios Políticos, Universidad de Antioquia, (pp. 53–83). <https://doi.org/10.17533/udea.espo.1248>
- Valero, E. (2019) Capital Social y Salud. OSEKI Osasun eskubidearen aldeko ekimena-Iniciativa por el derecho a la salud. <https://www.oseki.eus/areas/determinantes-sociales-de-la-salud/>
- Vasconcelos, L., Figueiredo, A., Salerno, M. & Kazuo, R. (2018). Unpacking the innovation ecosystem construct: Evolution, gaps, and trends. *Technological Forecasting & Social Change*, 136, 30-48. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.11.009>
- Villar, R. (2004). Niveles de intervención en el desarrollo de base. *Cuadernillo 1. Construir Juntos. Una propuesta para hacer desarrollo de base.*
- Wardani, L., Prayitno, G., Dian D., Dinda P. & Rahmawati. (2022). Karakteristik Modal Sosial Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Desa Bangelan Kabupaten Malang. *Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 10(1) 32–42. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/geography/article/view/7465>
- Woolcock, M. & Narayan, D. (2000). Social capital: Implications for Development Theory, Research and policy, *The World Bank Research Observer*, 15(2) 225-249. <http://www.jstor.org/stable/3986417>
- Wu, B. & Liu, L. (2019). Social capital for rural revitalization in China: critical evaluation on the government’s new countryside programme in Chengdu. *Land Use Policy*, 91. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.104268>
- Xie, Z., Wang, X., Xie, L., & Duan, K. (2021). Entrepreneurial ecosystem and the quality and quantity of regional entrepreneurship: A configurational approach. *Journal of Business Research*, 128, 499-509. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.015>
- Zhou, Y., Gou., L., & Liu, Y. (2019). Land consolidation boosting poverty alleviation in China: Theory and practice. *Land Use Policy*, 89, 339-348. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2018.12.024>
- Zubirán, P., Zubirán, M., y García, A. (2022). Los instrumentos de la investigación científica. Hacia una plataforma teórica que clarifique y gratifique. *Revista Horizonte de la Ciencia*, 12(22), 189-202. <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2020.18.403>

7. ANEXOS

7.1 Anexo 1 (Cuestionario)



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
CUESTIONARIO



TEMA DE INVESTIGACIÓN: El Capital social y la Innovación en la actividad Turística Rural. Un estudio en el cantón Baños.

CUESTIONARIO DIRIGIDO PARA: Los establecimientos que ofrecen productos o servicios relacionados con la actividad turística en las parroquias rurales del cantón Baños.

OBJETIVO DEL CUESTIONARIO: El presente cuestionario tiene la finalidad de recopilar datos e información sobre el capital social y la innovación en le actividad turística rural en el cantón Baños.

CONFIDENCIALIDAD: Los datos obtenidos mediante el cuestionario son estrictamente confidenciales y las investigadoras se comprometen a mantener la reserva del caso.

RESPONSABLES:

Mónica Bonilla monica.bonilla@unach.edu.ec

María Guamán isabel.guaman@unach.edu.ec

I. DATOS GENERALES

1.1.Nombre del establecimiento, empresa o emprendimiento turístico

1.2.Tiempo de funcionamiento

(...) Menor a 3 años

(...) 4 a 7 años

(...) 8 a 11 años

(...) 12 años o más

II. DATOS SECUNDARIOS

2.1.¿A qué tipo de actividad económica productiva está relacionado usted?

(...) Asociación productiva local

(...) Negocio propio

(...) Emprendimiento familiar

(...) Otros

2.2. Actividad turística a la que pertenece

(...) Cultural

(...) Religioso

(...) Gastronómica

(...) Deportivo

- (...) De aventura
 - (...) Agroturismo
 - (...) Otros
- 2.3. Servicios que oferta
- (...) Hospedaje
 - (...) Alimentación
 - (...) Transporte
 - (...) Agencia de viaje (paquetes turísticos)
 - (...) Todas las anteriores
- 2.4. En promedio, ¿cuál es el rango de ingresos que percibe mensualmente por la actividad turística?
- (...) Menor a \$5000
 - (...) \$5001 a \$ 10000
 - (...) 10001 a \$ 15000
 - (...) \$15001 o más

III. ESTUDIO DE LAS VARIABLES

3.1. ACTIVIDAD TURÍSTICA RURAL

3.1.1. ¿Usted mantiene alianzas estratégicas con actores locales e instituciones?

(...) Si

(...) No

3.1.2. Elija el número de alianzas estratégicas que mantiene con actores locales e instituciones.

(...) Menor a 3

(...) 4 a 7

(...) 8 a 11

(...) 12 o más

3.1.3. En la siguiente tabla, marque con una (X) el nivel de accesibilidad a su establecimiento turístico. Siendo 1 menos accesible y 5 de mayor accesibilidad.

	1	2	3	4	5
Nivel de accesibilidad					

3.1.4. ¿Cuántos proyectos turísticos se han establecido de acuerdo con la planificación anual de su establecimiento?

(...) Menor a 3 proyectos

(...) 4 a 7 proyectos

(...) 8 a 11 proyectos

(...) 12 o más proyectos

3.1.5. Del número de proyectos establecidos, ¿Cuántos se han ejecutado?

(...) Menor a 3

(...) 4 a 7

(...) 8 a 11

(...) 12 o más

- 3.1.6. ¿Cuál es el nivel de inversión que ha realizado para la ejecución de proyectos en los últimos 5 años?
- (...) Menor a \$ 10000
 - (...) \$10001 a \$20000
 - (...) \$ 20001 a \$30000
 - (...) \$30001 o más
- 3.1.7. ¿Cuál es el rango de afluencia mensual de turistas nacionales en su establecimiento?
- (...) Menor a 100 personas
 - (...) 101 a 200 personas
 - (...) 201 a 300 personas
 - (...) 301 o más
- 3.1.8. ¿Cuál es el rango de afluencia mensual de turistas internacionales en su establecimiento?
- (...) Menor a 100 personas
 - (...) 101 a 200 personas
 - (...) 201 a 300 personas
 - (...) 301 o más personas

3.2. CAPITAL SOCIAL

- 3.2.1. Tipo de institución con la que mantiene redes de alianzas
- (...) Instituciones privadas (agencias de viaje, hoteles, cooperativas de transporte, etc.)
 - (...) Instituciones públicas y entes gubernamentales
 - (...) Instituciones Financieras
 - (...) Asociaciones productivas
 - (...) Otros
- 3.2.2. Escriba los acuerdos que mantiene con instituciones públicas o privadas.
-
-
- 3.2.3. ¿Cuál es el número de asociaciones productivas, con las que está vinculada su actividad turística?
- (...) Menor a 3
 - (...) 4 a 7
 - (...) 8 a 11
 - (...) 12 o más
- 3.2.4. ¿Con cuál de los siguientes enunciados identifica usted el trabajo colaborativo entre los actores locales?
- (...) Líder coordinador
 - (...) Participación del equipo en la toma de decisiones
 - (...) Responsabilidad individual y colectiva
 - (...) El equipo trabaja por un objetivo en común
 - (...) Todas las anteriores
- 3.2.5. ¿Cómo cree usted la participación de los actores locales en las actividades turísticas rurales?
- (...) Muy participativo

- (...) Participativo
 - (...) Ni participativo, ni poco participativo
 - (...) Poco participativo
 - (...) Nada participativo
- 3.2.6. ¿En qué medida contribuyen los actores locales, para lograr el desarrollo sostenible en las actividades turísticas rurales?
- (...) Muy bueno
 - (...) Bueno
 - (...) Regular
 - (...) Malo
 - (...) Muy malo
- 3.2.7. ¿En qué medida cree usted la importancia del empoderamiento de los actores locales en las actividades turísticas rurales?
- (...) Muy importante
 - (...) Importante
 - (...) Ni importante, ni poco importante
 - (...) Poco importante
 - (...) Nada importante
- 3.2.8. ¿De qué forma considera usted el papel de la credibilidad entre los actores?
- (...) Muy importante
 - (...) Importante
 - (...) Ni importante, ni poco importante
 - (...) Poco importante
 - (...) Nada importante
- 3.2.9. ¿Cómo considera usted el aporte de los beneficios asociativos en el desarrollo de las actividades turísticas en su establecimiento?
- (...) Muy significativo
 - (...) Significativo
 - (...) Ni significativo, ni poco significativo
 - (...) Poco significativo
 - (...) Nada significativo
- 3.2.10. De las siguientes ventajas competitivas, señale la que aplica en su negocio.
- (...) Producto/servicio único e innovador
 - (...) Uso de tecnología para obtener mayor rendimiento en los productos/servicios turísticos
 - (...) Personal calificado y capacitado
 - (...) Infraestructura moderna
 - (...) Ubicación estratégica
 - (...) Otras
- 3.2.11. En su criterio, ¿cuál es el nivel de impacto de las actividades turísticas rurales en otros sectores productivos y socioeconómicos?
- (...) Muy importante
 - (...) Importante
 - (...) Ni importante, ni poco importante

- (...) Poco importante
 - (...) Nada importante
- 3.2.12. ¿Cada que tiempo se realizan capacitaciones al personal de su establecimiento?
- (...) Cada seis meses
 - (...) Una vez al año
 - (...) Cada 3 años
 - (...) Nunca
- 3.2.13. ¿Cómo considera usted el aporte de las capacitaciones en el rendimiento y productividad de los trabajadores?
- (...) Muy significativo
 - (...) Significativo
 - (...) Ni significativo, ni poco significativo
 - (...) Poco significativo
 - (...) Nada significativo
- 3.2.14. ¿Ha implementado planes y estrategias para ofrecer nuevas actividades turísticas en el sector rural?
- (...) Si
 - (...) No
- 3.2.15. ¿En qué medida cree usted que la confianza es un factor que contribuye en la actividad turística rural?
- (...) Muy importante
 - (...) Importante
 - (...) Ni importante, ni poco importante
 - (...) Poco importante
 - (...) Nada importante
- 3.2.16. ¿En qué nivel de significancia considera la cooperación entre las empresas o emprendimientos que brindan productos o servicios dentro de la actividad turística rural?
- (...) Muy significativo
 - (...) Significativo
 - (...) Ni significativo, ni poco significativo
 - (...) Poco significativo
 - (...) Nada significativo

3.3.INNOVACIÓN

- 3.3.1. ¿Usted cuenta con proyectos innovadores en la actividad turística?
- (...) Si
 - (...) No
- 3.3.2. ¿Qué tipo de innovaciones tecnológicas ha realizado en los últimos 5 años?
- (...) Servicios en plataformas
 - (...) Infraestructura
 - (...) Prestación de servicios
- 3.3.3. ¿Cómo considera que es el nivel de conocimiento y manejo de tecnología en el establecimiento turístico?
- (...) Muy alto

- (...) Alto
 - (...) Medio
 - (...) Bajo
 - (...) Muy bajo
- 3.3.4. ¿Cuál es el grado de eficiencia del uso de la tecnología en las actividades turísticas rurales?
- (...) Muy eficiente
 - (...) Eficiente
 - (...) Ni eficiente, ni poco eficiente
 - (...) Poco eficiente
 - (...) Nada eficiente
- 3.3.5. ¿Qué tipo de tecnología aplica o estaría dispuesto a aplicar en los productos o servicios turísticos rurales?
- (...) Tecnología móvil
 - (...) Realidad aumentada
 - (...) Internet de las cosas
 - (...) Big data
 - (...) Ninguna de las anteriores
- 3.3.6. De las siguientes plataformas digitales, señale la que más utiliza para ofertar los productos o servicios turísticos.
- (...) Página web
 - (...) Facebook
 - (...) Tik tok
 - (...) Youtube
 - (...) Instagram
 - (...) Todas las anteriores
- 3.3.7. Con el uso de la tecnología, ¿qué tan eficiente ha sido el aprovechamiento de los recursos en la actividad turística rural?
- (...) Muy eficaz
 - (...) Eficaz
 - (...) Ni eficaz, ni poco eficaz
 - (...) Poco eficaz
 - (...) Nada eficaz
- 3.3.8. ¿Cree usted que a mayor inversión en innovación se puede mejorar la calidad de los productos o servicios turísticos?
- (...) Si
 - (...) No
- 3.3.9. ¿Cuál es el grado de eficiencia que maneja en su empresa o emprendimiento relacionado a la actividad turística, para contribuir al desarrollo sostenible?
- (...) Muy eficiente
 - (...) Eficiente
 - (...) Ni eficiente, ni poco eficiente
 - (...) Poco eficiente
 - (...) Nada eficiente

7.2 Anexo 2 (Aplicación de las encuestas)

Vuelo del cóndor



Pasarela de diamante



Pérez Tours CIA. LTDA



Orquídeas Runtun



7.3 Anexo 3 (Operacionalización de las variables)

VARIABLE DEPENDIENTE: ACTIVIDAD TURÍSTICA RURAL			
Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas instrumentos
El turismo rural es una actividad donde la experiencia del visitante está relacionada con actividades de la naturaleza, mediante de procesos de valorización, lugares, objetos y sujetos de los espacios rurales, para potenciar el turismo rural es importante la ejecución de proyectos, los mismos que son organizados por diferentes actores (locales, extra-locales, internacionales, privados y estatales) y mediados por el saber técnico para ser dispuestos en el mercado turístico (OMT, 2020; Rodríguez, 2020)	Espacios rurales	Número de Alianzas. Número de acuerdos con instituciones. Accesibilidad.	Técnica Encuesta
	Proyectos	Número de proyectos. Número de proyectos ejecutados. Inversión.	Instrumento Cuestionario
	Mercado turístico	Servicios Ofertados. Número de turistas nacionales. Número de turistas internacionales.	

Fuente: Información Propia

Elaborado Por: Bonilla, M., Guamán, M. (2023)

VARIABLE INDEPENDIENTE: CAPITAL SOCIAL Y LA INNOVACIÓN			
Conceptualización	Categorías	Indicadore	Técnicas e Instrumentos
Varios autores como Aguirre y Pinto (2006); Urteaga (2013); Valero (2019) y García et al. (2022), identifican al capital social como un conjunto de redes, normas, cooperación, empoderamiento, reciprocidad y confianza dentro de los miembros que conforman un grupo social.	Redes	-Redes de Alianzas -Acuerdos con instituciones. -Número de Asociaciones.	Técnica Encuesta
	Cooperación	-Capacidad de trabajo en equipo. -Nivel de participación de los actores. -Desarrollo sustentable.	
	Confianza	-Nivel de Empoderamiento. -Nivel de credibilidad entre actores. -Beneficios asociativos.	Instrumento Cuestionario
La teoría de la innovación define elementos como la competitividad, sistema organizacional, cambios tecnológicos (marketing, procesos, etc.), la percepción del cliente, como los principales determinantes para que exista innovación en una empresa (Ponce, 2011; OMT, 2019b)	Competitividad	-Ventajas competitivas. -Nivel de ingresos mensuales. -Nivel de impacto en otros sectores.	Técnica Encuesta
	Sistema Organizacional	-Número de capacitaciones. -Número de planes y estrategias implementadas. -Rendimiento y productividad de los trabajadores.	
	Tecnología	-Tipo de tecnología aplicada en los servicios. -Uso de plataformas digitales. -Nivel de aprovechamiento de recursos.	Instrumento Cuestionario

Fuente: Información Propia

Elaborado Por: Bonilla, M., Guamán, M (2023)

7.4 Anexo 4 (Variables y correspondencia de ítems)

		Abreviatura	Ítems	Codificación
Capital social	Empoderamiento	ConALDS	¿En qué medida contribuyen los actores locales, para lograr el desarrollo sostenible en las actividades turísticas rurales?	1= Muy bueno 2=Bueno 3=Regular 4=Malo 5=Muy malo
		ImEmpAL	¿En qué medida cree usted la importancia del empoderamiento de los actores locales en las actividades turísticas rurales?	1=Muy importante 2=Importante 3=Ni importante, ni poco importante 4=Poco importante 5=Nada importante
		TCapPer	¿Cada que tiempo se realizan capacitaciones al personal de su establecimiento?	1=Cada seis meses 2=Una vez al año 3=Cada 3 años 4=Nunca
		ApCaRyP	¿Cómo considera usted el aporte de las capacitaciones en el rendimiento y productividad de los trabajadores?	1=Muy significativo 2=Significativo 3=Ni significativo, ni poco significativo 4=Poco significativo 5=Nada significativo
		CoopEATR	¿En qué nivel de significancia considera la cooperación entre las empresas o emprendimientos que brindan productos o servicios dentro de la actividad turística rural?	1=Muy significativo 2=Significativo 3=Ni significativo, ni poco significativo 4=Poco significativo 5=Nada significativo
	Confianza	TraColAL	¿Con cuál de los siguientes enunciados identifica usted el trabajo colaborativo entre los actores locales?	1=Líder coordinador 2=Participación del equipo en la toma de decisiones 3=Responsabilidad individual y colectiva 4=El equipo trabaja por un objetivo en común 5=Todas las anteriores
		ParALAcTR	¿Cómo cree usted la participación de los actores locales en las actividades turísticas rurales?	1=Muy participativo 2=Participativo 3=Ni participativo, ni poco participativo 4=Poco participativo 5=Nada participativo

		CrediAc	¿De qué forma considera usted el papel de la credibilidad entre los actores?	1=Muy importante 2=Importante 3=Ni importante, ni poco importante 4=Poco importante 5=Nada importante
		ConfATR	¿En qué medida cree usted que la confianza es un factor que contribuye en la actividad turística rural?	1=Muy importante 2=Importante 3=Ni importante, ni poco importante 4=Poco importante 5=Nada importante
Asociatividad		MAliEstra	¿Usted mantiene alianzas estratégicas con actores locales e instituciones?	1=Si 2=No
		NAliEstra	Número de alianzas estratégicas que mantiene con actores locales e instituciones.	1=Menor a 3 2=4 a 7 3=8 a 11 4=12 o más
		ApBAsoDAT	¿Cómo considera usted el aporte de los beneficios asociativos en el desarrollo de las actividades turísticas en su establecimiento?	1=Muy significativo 2=Significativo 3=Ni significativo, ni poco significativo 4=Poco significativo 5=Nada significativo
		TInsRAli	Tipo de institución con la que mantiene redes de alianzas	1=Instituciones privadas (agencias de viaje, hoteles, cooperativas de transporte, etc.) 2=Instituciones públicas y entes gubernamentales 3=Instituciones Financieras 4=Asociaciones productivas 5=Otros

Fuente: Información Propia

Elaborado Por: Bonilla, M., Guamán, M (2023)

		Abreviatura	Ítems	Codificación
Innovación	Competitividad	ProyEstaP	¿Cuántos proyectos turísticos se han establecido de acuerdo con la planificación anual de su establecimiento?	1=Menor a 3 proyectos 2=4 a 7 proyectos 3=8 a 11 proyectos 4=12 o más proyectos
		NProyEjec	3.1.5. Del número de proyectos establecidos, ¿Cuántos se han ejecutado?	1=Menor a 3 2=4 a 7 3=8 a 11 4=12 o más
		NInvPro	¿Cuál es el nivel de inversión que ha realizado para la ejecución de proyectos en los últimos 5 años?	1=Menor a \$ 10000 2=\$10001 a \$20000 3=\$ 20001 a \$30000 4=\$30001 o más
		VComp	De las siguientes ventajas competitivas, señale la que aplica en su negocio.	1=Producto/servicio único e innovador 2= Uso de tecnología para obtener mayor rendimiento en los productos/servicios turísticos 3=Personal calificado y capacitado 3=Infraestructura moderna 4=Ubicación estratégica 5=Otras
		ImATSecP	En su criterio, ¿cuál es el nivel de impacto de las actividades turísticas rurales en otros sectores productivos y socioeconómicos?	1=Muy importante 2=Importante 3=Ni importante, ni poco importante 4=Poco importante 5=Nada importante
		PlayEstOTR	¿Ha implementado planes y estrategias para ofrecer nuevas actividades turísticas en el sector rural?	1=Si 2=No
	Tecnología	ProInAT	¿Usted cuenta con proyectos innovadores en la actividad turística?	1=Si 2=No
		TInTecno	¿Qué tipo de innovaciones tecnológicas ha realizado en los últimos 5 años?	1=Servicios en plataformas 2=Infraestructura 3=Prestación de servicios
		NComMTec	3.3.3. ¿Cómo considera que es el nivel de conocimiento y manejo de tecnología en el establecimiento turístico?	1=Muy alto 2=Alto 3=Medio 4=Bajo 5=Muy bajo

	EfiTecATR	¿Cuál es el grado de eficiencia del uso de la tecnología en las actividades turísticas rurales?	1=Muy eficiente 2=Eficiente 3=Ni eficiente, ni poco eficiente 4=Poco eficiente 5=Nada eficiente
	TTecApIPS	¿Qué tipo de tecnología aplica o estaría dispuesto a aplicar en los productos o servicios turísticos rurales?	1=Tecnología móvil 2=Realidad aumentada 3=Internet de las cosas 4=Big data 5=Ninguna de las anteriores
	PDigi	De las siguientes plataformas digitales, señale la que más utiliza para ofertar los productos o servicios turísticos.	1=Página web 2=Facebook 3=Tik tok 4=Youtube 5=Instagram 6=Todas las anteriores
	EfiApRATR	Con el uso de la tecnología, ¿qué tan eficiente ha sido el aprovechamiento de los recursos en la actividad turística rural?	1=Muy eficaz 2=Eficaz 3=Ni eficaz, ni poco eficaz 4=Poco eficaz 5=Nada eficaz
	EfiATDS	¿Cuál es el grado de eficiencia que maneja en su empresa o emprendimiento relacionado a la actividad turística, para contribuir al desarrollo sostenible?	1=Muy eficiente 2=Eficiente 3=Ni eficiente, ni poco eficiente 4=Poco eficiente 5=Nada eficiente

Fuente: Información Propia

Elaborado Por: Bonilla, M., Guamán, M (2023)

Variable	Abreviatura	Ítems	Codificación
Actividad Turística Rural	Acturis	Actividad turística a la que pertenece	1=Cultural 2=Religioso 3=Gastronómica 4=Deportivo 5=De aventura 6=Agroturismo 7=Otros
	SerOfer	Servicios que oferta	1=Hospedaje 2=Alimentación 3=Transporte 4=Agencia de viaje (paquetes turísticos) 5=Todas las anteriores
	IngMen	¿Cuál es el rango de ingresos que percibe mensualmente por la actividad turística?	1=Menor a \$5000 2=\$5001 a \$ 10000 3=10001 a \$ 15000 4=\$15001 o más
	AfluMTInter	¿Cuál es el rango de afluencia mensual de turistas nacionales en su establecimiento?	1=Menor a 100 personas 2=101 a 200 personas 3=201 a 300 personas 4=301 o más
	AfluMTNacio	¿Cuál es el rango de afluencia mensual de turistas internacionales en su establecimiento?	1=Menor a 100 personas 2=101 a 200 personas 3=201 a 300 personas 4=301 o más personas

Fuente: Información Propia

Elaborado Por: Bonilla, M., Guamán, M (2023)