



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

LICENCIATURA EN TURISMO

Tesis de Grado

EL TURISMO COMUNITARIO: UN MODELO DE COOPERACION

ALUMNA: ACUÑA CRISPÍN MARICEL ANDREA

LEGAJO N°: 70593/9

EMAIL: MARICEL_CRISPIN@HOTMAIL.COM

TUTOR: JORGE DEFINO

FECHA DE ENTREGA: 27/11/2012

*“Déjate atravesar por la realidad
y que ella grite en tu cabeza
porque es muy malo dejar pasar
por un costado a la historia ésta,
porque es muy malo dejar pasar
por un costado a la historia ésta”*

Fragmento de “La historia ésta” de León Gieco

A mi mamá.

*Por su amor inmenso y su eterna confianza en mí. Porque sin su compañía
no hubiese podido llegar hasta acá.*

A mi papá.

*Por recordarme siempre lo que es importante, y por acompañarme en esos
largos viajes de vuelta a casa desde la facultad.*

A Dany.

*Por la contención que me brindó todos estos años y sobre todo por la
paciencia que me tuvo.*

A Romy.

*Por la entrega incondicional de su alegría contagiosa
y por sus instintos de mamá.*

A mis abuelos.

*Porque me han acompañado en TODO: en cada acto escolar, en cada
cumpleaños, en cada enfermedad. Y porque siempre me esperan ansiosos en
su casa.*

A mi novio.

*Por ser mi compañero de ruta; quien me consiente, me escucha, me
comprende, me alienta, y quien en momentos difíciles no me deja bajar los
brazos.*

A mi país.

*Por darme Identidad y Banderas por las cuales luchar. Por brindarme la
maravillosa oportunidad de crecer en conocimiento a través de la
Universidad Pública y Gratuita.*

RESUMEN

El Turismo Comunitario es una forma particular de entender y gestionar la actividad turística que tiene como eje vertebrador a las necesidades de los residentes de un destino turístico y cuyo objetivo final es el desarrollo local. Por su impronta territorial, participativa y democrática, en el Turismo Comunitario la gestión de los recursos locales responde a una lógica comparable con los valores de la Economía Social. En este sentido la cooperativa, como empresa representativa de la Economía Social, se insinúa como entidad facultada para interpretar y potenciar los efectos del Turismo Comunitario.

Palabras claves: Turismo Comunitario – Turismo Rural - población local – participación - Desarrollo local – Economía Social - Cooperativismo

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
FUNDAMENTACIÓN.....	2
OBJETIVO GENERAL	2
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	2
METODOLOGÍA.....	4
 1. EL MUNDO “ANTES” DEL DESARROLLO LOCAL.....	 5
DESARROLLO = CRECIMIENTO ECONÓMICO	5
EL ESTADO CENTRALISTA.....	5
CRISIS ESTRUCTURAL DEL CAPITALISMO	6
¿CRECIMIENTO ECONÓMICO = DESARROLLO?	6
1.1 EL DESARROLLO LOCAL.....	7
CARACTERÍSTICAS Y COMPONENTES DEL DESARROLLO LOCAL	7
LA DESCENTRALIZACIÓN Y EL ROL DEL MUNICIPIO	9
1.2 LA “INDUSTRIA DE VIAJES Y TURISMO” Y EL “DESARROLLO LOCAL TURÍSTICO”	10
LA INDUSTRIA DE VIAJES Y TURISMO	11
EL DESARROLLO LOCAL TURÍSTICO	11
1.3 EL TURISMO RURAL.....	14
CARACTERÍSTICAS DEL ESPACIO RURAL.....	14
EL TURISMO RURAL COMO ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN ECONÓMICA	15
1.4 EL TURISMO COMUNITARIO COMO MOTOR DEL EMPODERAMIENTO SOCIAL.....	16
1.5 LA ECONOMIA SOCIAL Y LA COOPERATIVA	18
LA COOPERATIVA	19
EL ORIGEN DEL COOPERATIVISMO.....	20
VALORES Y PRINCIPIOS DEL MOVIMIENTO COOPERATIVO	20
ESTRUCTURA COOPERATIVA	22
TIPOS DE COOPERATIVAS	24
 2. EL ROL DE LA COMUNIDAD EN EL TURISMO	 26
2. 1 LOS RESIDENTES EN LA INDUSTRIA DE VIAJES Y TURISMO	26
2.2 LA PARTICIPACIÓN DE LOS RESIDENTES EN EL TURISMO COMUNITARIO	27

2.3 LA GESTIÓN PARTICIPATIVA EN EL TURISMO COMUNITARIO.....	31
2.4 EL CIUDADANO EN EL TURISMO COMUNITARIO.....	32
2.5 RESUMEN DE CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO COMUNITARIO.....	33
3. UNA ALTERNATIVA DE GESTIÓN PARA EL TURISMO COMUNITARIO.....	34
3.1 CARACTERÍSTICAS DE LA COOPERATIVA.....	35
- <i>Es una organización de la Economía Social</i>	35
- <i>El arraigo local</i>	36
- <i>La Identidad de la cooperativa = la Identidad de los asociados</i>	37
- <i>La participación como regla</i>	37
- <i>Distribución equitativa de beneficios</i>	38
- <i>Tiene la capacidad para satisfacer necesidades sociales</i>	38
- <i>La cooperativa educa, capacita e informa</i>	39
- <i>Cooperación entre cooperativas</i>	40
- <i>Apunta al Desarrollo Local</i>	40
3.2 UN CASO PARTICULAR: LA COOPERATIVA AGRARIA Y EL TURISMO RURAL.....	43
3.3 ENTREVISTA.....	47
3.4 EL PRODUCTO TURÍSTICO Y LA OFERTA TURÍSTICA DEL TURISMO COMUNITARIO	50
3.5 DESAFÍOS	53
CONCLUSIONES.....	55
ANEXO	57
BIBLIOGRAFIA.....	58

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1..... 9

FIGURA 2.....13

FIGURA 3.....17

FIGURA 4.....19

FIGURA 5..... 22

FIGURA 6..... 23

FIGURA 7..... 34

FIGURA 8.....42

FIGURA 9..... 43

FIGURA 10..... 46

FIGURA 11 47

FIGURA 12.....50

FIGURA 13..... 52

INTRODUCCIÓN

Luego del largo viaje histórico del capitalismo y la aplicación de sus principios en los distintos países, incluso el mundo desarrollado comprendió que su lógica de acumulación económica reclamaba un ajuste. Es que a la vista sobresalían la pobreza e inequidad social generada por el Pensamiento Único que pretendió, al menos en su discurso, generar riqueza para todos, o mejor dicho, “derramar” riquezas desde los centros económicos hacia la periferia terrestre.

El trasplante masivo de un modelo ideado en una mesa chica tuvo impactos diversos en todos los territorios en que se posó, porque, de hecho cada país contaba con características estructurales preexistentes muy disímiles entre ellas. Las profundas transformaciones sociales fueron producto de aplicar una única lógica de mercado a todas las actividades económicas, incluido el Turismo.

Sin embargo, hoy, ante los problemas globales y comunes, las soluciones son diversas porque se forjan en su molde. El mundo vive actualmente una transición paradigmática que fluye desde lo global hacia lo local.

Desde el último cuarto del siglo XX las experiencias de iniciativa local se han ido consolidando como la fuente para el crecimiento económico, social y político de las personas y comunidades. Su popularidad ha llevado al concepto de Desarrollo Local a ganar espacio entre las plataformas políticas y las recomendaciones académicas. En consecuencia, desde ambos estrados se han buscado y defendido estrategias para promover procesos productivos que redunden en desarrollo Local. Dentro del abanico de estrategias recomendadas para los distintos territorios se encuentra la actividad turística.

En el sector Turístico podemos identificar dos grandes visiones distintas respecto del impacto del sector sobre las localidades receptoras. Por un lado encontramos el Turismo como Industria y por el otro el Turismo como herramienta de las comunidades para el Desarrollo Local (Defino, 2012). Nuestro objeto de estudio, el Turismo Comunitario se identifica con el modelo de turismo que es gestionado por y para la comunidad y que por tanto avanza en sentido hacia el desarrollo local.

Las experiencias de Turismo comunitario recolectadas para la presente tesis, se desarrollan en su mayoría en las áreas rurales. Por esta razón entendemos que el TC pertenece a una categoría mayor denominada Turismo Rural. El Turismo Rural es una categoría paraguas que comprende a aquellas actividades turísticas que aprovechan el patrimonio cultural y natural de las localidades para generar una oferta turística en el espacio rural destinada a una demanda que desea disfrutar de una experiencia bucólica en su tiempo libre (Barrera, 2002).

A su vez, el Turismo comunitario, debido a su establecimiento en el territorio mediante emprendimientos con contenido identitario y de pequeña escala, responde a una lógica que se encuentra en mayor sintonía con la Economía Social que con la Economía de Mercado. La Economía Social engloba a aquellos movimientos e iniciativas sociales que nacen con la voluntad de satisfacer las necesidades que sus miembros no han podido resolver por medio de las vías convencionales del Mercado. Dentro del campo de la Economía Social nuestra tesis pone el foco sobre uno de sus referentes que es: la cooperativa. Y lo hacemos con ánimo de tender puentes entre ésta y las necesidades del Turismo Comunitario.

FUNDAMENTACIÓN

“El desarrollo turístico no es neutral” declama Cañada (2010). Los impactos del Turismo responden a los intereses de los actores que lo promueven y definen, por ello es tan importante que las comunidades residentes hagan oír su voz y hagan valer su voto en las decisiones que ciertamente afectarán su territorio. Si los residentes permanecen en un rol pasivo frente al establecimiento de una actividad productiva, sus necesidades no estarán representadas en el coro de intereses y serán las voces de otros actores las que prevalecerán.

Nuestra tesis elige estudiar el Turismo Comunitario justamente porque esta forma de abordar el turismo incluye al residente como sujeto y no como objeto del turismo y porque dicho hecho permitiría reconsiderar a la oferta turística y dejar de comprenderla como un mero conjunto de elementos dispuestos para la satisfacción de la demanda turística. Es decir, que desde el Turismo Comunitario la visión parte de comunidad y favorecer un nuevo entendimiento del Turismo, que parta de la realidad de los destinos turísticos.

El Turismo entendido como herramienta dinamizadora del desarrollo local, ha despertado interés en el ámbito académico y ha promovido la concepción de una serie de investigaciones cuyo común denominador es la importancia de la participación ciudadana. Estos estudios encuentran en el Turismo Comunitario la posibilidad de hacer un uso provechoso de las capacidades organizativas propias de las comunidades, para luego encauzarlas hacia el logro de objetivos comunes.

En consecuencia, el presente trabajo toma como base esa línea de investigación y procura sumar una mirada más hacia el progreso endógeno de los pueblos; entendiendo que es fundamental proveer de herramientas asequibles a las comunidades, como lo puede ser un modelo de gestión cooperativista, para que sean ellas el órgano decisor de su porvenir.

Respecto de los objetivos pretendidos, nuestra tesis define los siguientes:

OBJETIVO GENERAL

Generar un acercamiento teórico entre el Turismo Comunitario y la Doctrina Cooperativa para posteriormente deducir posibles beneficios de la sinergia entre ambos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- i. Caracterizar de manera preliminar al Turismo Comunitario en pos de ofrecer un concepto general del mismo.
- ii. Identificar y describir las causas que vuelven necesaria la participación activa de la población local y la conformación de redes en el Turismo Comunitario.
- iii. Referir a la Doctrina Cooperativa e identificar el rol de las cooperativas en el Turismo.
- iv. Detectar los desafíos de la práctica asociativa y la actividad turística comunitaria.
- v. Categorizar a las cooperativas según su grado de colaboración con el desarrollo local.

- vi. Elaborar conclusiones sobre la potencialidad del Cooperativismo como agente colaborador del desarrollo turístico comunitario.

METODOLOGÍA

En cuanto a la metodología de investigación nuestra tesis se apoya principalmente sobre la recolección bibliográfica. Para abordar la temática estudiada se construye un marco teórico que incluye la revisión teórica de las siguientes temáticas:

- Desarrollo Local
- La Industria del Turismo y el Desarrollo local turístico
- Turismo Rural
- Turismo Comunitario
- Economía Social y Doctrina Cooperativa

En segundo término, y para avanzar sobre la evaluación de nuestra hipótesis, se recolectan casos empíricos de emprendimientos de Turismo Comunitario y mediante la deconstrucción y comparación de sus realidades se rescatan sus elementos comunes. Asimismo se profundiza sobre las particularidades de la Gestión Cooperativa en búsqueda de similitudes con el Turismo Comunitario.

Además, por medio de una entrevista de investigación con preguntas semi-estructuradas se pretende enriquecer el estudio con el relato de un protagonista del Turismo Comunitario que nos cuenta un poco sobre la experiencia de un emprendimiento argentino gestionado a través de cooperativas.

Finalmente, en el ANEXO se incluye la información obtenida de una entrevista hecha a Jorge Defino en la cual se expone una interpretación sobre las funciones de las cooperativas de Turismo en Argentina en relación a su rol frente al Desarrollo Local.

MARCO CONCEPTUAL

1. EL MUNDO “ANTES” DEL DESARROLLO LOCAL

Desarrollo = Crecimiento económico

Finalizada la Segunda Guerra Mundial a mitad del siglo XX el planeta tierra se divide virtualmente en dos. El nuevo mundo bipolar presenta de un lado el bloque occidental o capitalista y del otro el bloque oriental o socialista. En este contexto de “Guerra Fría” las naciones protagonistas de la guerra iniciaron un proceso de reconstrucción de sus economías. Y hasta el año 1975 las economías occidentales y también las socialistas transitaron los llamados «30 gloriosos años del crecimiento», un crecimiento traccionado principalmente por la fuerte apuesta a la industria, principalmente la siderúrgica, la minera y a la automotriz (Arocena, 1994).

Dentro de este marco el concepto de desarrollo era entendido como sinónimo de crecimiento económico, y el crecimiento a su vez era alcanzado mediante la aplicación del excedente en nuevas inversiones ya que éstas, según las recomendaciones de los países centrales, traerían la expansión infinita de la unidad productiva. La medida corriente para evaluar ese crecimiento o el progreso de un área o país eran los índices de PBI agregado y PBI per cápita, lo que demuestra que la interpretación del desarrollo estaba lejos de ser integral, sino que más bien era reducida al plano económico (Boisier, 2001; Bitar, 2001).

Sin embargo el desarrollo no era “necesidad” de todos. En el mundo bipolar estaban por un lado, los países industrializados que se *construían* o *reconstruían* y ya gozaban del desarrollo “infinito”, y por otro lado los países del Tercer mundo (que eran llamados subdesarrollados) que transitaban el camino de *desarrollo* con ánimo de alcanzar la modernización de sus economías al estilo de los primeros (Arocena, 1994). Por tanto, el tema del desarrollo era problema solamente de los países periféricos o no industrializados; éstos, si deseaban *crecer* debían seguir un proceso con pasos prefijados que coincidían con las etapas de transformación productiva vividas por los países centrales (Bitar, 2001).

No obstante, el crecimiento no fue igual. Aún siguiendo el derrotero homogéneo propuesto para crecer, los países del Tercer mundo enfrentaron consecuencias distintas. Allí el *desarrollo* fue promovido exclusivamente por capitales extranjeros de empresas multinacionales lo que generó gran dependencia de la periferia con el centro (Bitar, 2001; Arocena, 1994).

El Estado Centralista

Por otra parte, y en referencia al paradigma político-administrativo adoptado por los países en este período, en el mundo predominaba el *Estado centralista*. Esto implicaba que era únicamente el Estado Central quien elaboraba la planificación estratégica, definía objetivos y asignaba recursos al resto de la estructura estatal. Además existía un predominio del poder Ejecutivo por sobre los poderes Judiciales y Legislativos (Bitar, 2001).

En este escenario los gobiernos locales y las comunidades se encontraban desprovistos de competencias y capacidades técnicas para decidir sobre sus territorios. Es decir, mientras el gobierno central era protagonista y desempañaba un papel activo en el proceso de toma de decisiones, en las periferias el gobierno local y la comunidad cumplían meramente un papel de espectadores (Bitar, 2001), lo que de acuerdo con Arocena (1994) debilitaba la iniciativa local.

Crisis estructural del capitalismo

La crisis de los años 70 trajo consigo el fin del crecimiento ininterrumpido y generó que las poblaciones del Primer Mundo vieran decrecer su poder adquisitivo y por ende su capacidad de consumo. Arocena (1994) nos describe el escenario vivido de la siguiente manera:

Las inversiones bajaron de manera importante, los grandes aparatos industriales protagonistas del crecimiento perdieron sus márgenes de beneficio y procedieron a despidos masivos. Los intercambios internacionales disminuyeron y las tasas de crecimiento se aproximaron a cero o incluso mostraron índices negativos.

Esto produjo un aumento de la desocupación, la pobreza y la creciente inequidad. Dichos problemas ya no eran sólo de los países subdesarrollados sino que también tuvo lugar en el interior los países centrales (Bitar, 2001). Esta situación generó un cuestionamiento al sistema capitalista ya que la integración social que había sido generada por el crecimiento económico durante los «30 gloriosos años» llegaba a su fin a partir de la crisis del petróleo. La nueva crisis excluyó del sistema a masas crecientes de personas, esto generó debates en torno a las bondades del capitalismo y del desarrollo en sí (Arocena, 1994).

La economía que expandía el consumo masivo, el mercado interno y las relaciones económicas sociales ligadas anteriormente a la intervención estatal se vieron alteradas. Pero la crisis no fue sólo económica. El cambio en el sistema productivo dejó a la relación capital-trabajo librada a las reglas del mercado en detrimento de la clase asalariada (Bitar, 2001). Por último la crisis también tuvo implicancias políticas e institucionales que cuestionaron al Estado Benefactor y centralista.

¿Crecimiento económico = desarrollo?

La crisis estructural pone en tela de juicio los postulados sobre el desarrollo. Ya no se cree en una receta única ni en un horizonte claro. En 1972 el Club de Roma publicó el informe llamado “Los límites del crecimiento” (The Limits to Growth). El estudio pretendía ofrecer una proyección sobre los problemas económicos que amenazarían a la sociedad global como consecuencia de las tendencias crecientes de consumo. Así, en el informe se alarmaba sobre la crisis ambiental generada por los procesos acumulativos del crecimiento económico y poblacional, por la explotación de recursos naturales, por el cambio tecnológico y por la producción de sustancias contaminantes. Todos esos procesos eran consecuencia de una industrialización irrestricta basada en la creencia del crecimiento indefinido (Mayor Z.).

De manera paralela durante el mismo año se realizó en Estocolmo, Suecia, la primera Conferencia de la Organización de Naciones Unidas sobre el *Medio Ambiente y el Hombre*. En la misma se alertó a los países sobre la profunda degradación del medio ambiente como consecuencia de la industrialización de los países desarrollados, la explosión demográfica y el crecimiento urbano que menoscababan potencialmente los recursos naturales. La Declaración final de Estocolmo incluyó una lista de 26 Principios como guía para preservar y mejorar el medio ambiente humano, y también un plan de acción con 109 recomendaciones para la cooperación internacional en materia ambiental (Foladori y Tomassino, 2000).

De manera sintética podemos ver que los impactos negativos sociales, económicos, políticos, etc. que brotaron como consecuencia de una crisis mundial y estructural, alimentaron el debate académico sobre la capacidad del crecimiento económico para

realmente contribuir con el progreso mundial. Esto fue dando lugar paulatinamente a una nueva teoría preocupada por atender los resultados de las “imperfecciones del mercado”. Y Así, los teóricos definieron un nuevo norte y lo llamaron: Desarrollo Local.

1.1 EL DESARROLLO LOCAL

Características y componentes del Desarrollo Local

De esta manera el Desarrollo Local entra en escena y genera una infinidad de literatura que aborda la temática desde distintas posturas incluso hasta en los días presentes. Ello es algo que demuestra la total vigencia de las ideas de desarrollo local y de la necesidad de definirlo. Para la presente sección tendremos en cuenta los aportes teóricos de los españoles de A. Vázquez Barquero y F. Alburquerque.

Para comenzar a abordar el concepto de desarrollo local exponemos una de sus definiciones. Vázquez Barquero (1988) citado por Boisier, (2001, p. 10) genera una definición propia y entiende al desarrollo local como: un proceso de crecimiento económico y de cambio estructural con tres dimensiones que conduce a una mejora en el nivel de vida de la población local. Las dimensiones son las siguientes:

- Dimensión económica: representa a los empresarios locales que usan su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados.
- Dimensión sociocultural: incluye los valores y las instituciones que sirven de base al proceso de desarrollo.
- Dimensión político-administrativa: implica políticas territoriales que permiten crear un entorno económico local favorable y protegerlo de interferencias externas.

En un trabajo posterior de Vázquez Barquero (2000) vemos cómo estas tres dimensiones, que pretenden ser abarcativas de todo el territorio, se apoyan sobre la hipótesis de que las localidades y territorios tienen un conjunto de recursos (económicos, humanos, institucionales y culturales) y de economías de escala no explotadas, que constituyen su potencial de desarrollo. Y dicho potencial está representado por los siguientes elementos que son propios de cada territorio:

- una determinada estructura productiva
- un mercado de trabajo
- un sistema productivo
- una dotación de recursos naturales e infraestructuras
- una capacidad empresarial y conocimiento tecnológico
- una tradición y cultura
- un sistema social y político

Según el mismo autor, cuando la comunidad local es capaz de aprovechar y potenciar dichos elementos y liderar el proceso de cambio estructural ello se denomina **desarrollo local endógeno**.

Ahora bien, el estudio sobre el concepto de desarrollo local no se agota allí. Para continuar tomamos en cuenta el trabajo de diferenciación que realiza Alburquerque (2007) respecto de las distintas connotaciones del desarrollo local. El autor considera que la problemática de múltiples interpretaciones se encuentra presente en numerosos países de América Latina y por ello intenta disminuir la ambigüedad de los términos con ánimo de imprimirle utilidad práctica al enfoque de desarrollo local. Así, en su

trabajo el autor expone tres acepciones distintas y luego su reflexión (respuesta) sobre cada una de ellas, que es lo que expondremos a continuación.

1. Desarrollo local como desarrollo de un nivel territorial inferior, como puede ser el desarrollo de un municipio, o la puesta en marcha de pequeños emprendimientos productivos aislados.

Respuesta a 1: el desarrollo local no es únicamente desarrollo municipal ya que el sistema productivo local que incluye los elementos que hacen competitivo a un determinado territorio no tiene porqué coincidir con las fronteras administrativas de un municipio o provincia.

2. Desarrollo endógeno como resultado del aprovechamiento de los recursos locales de un determinado territorio.

Respuesta a 2: el desarrollo local no es sólo desarrollo endógeno porque de hecho muchas iniciativas de desarrollo local aprovechan oportunidades de dinamismo exógeno. Por tanto lo importante no es utilizar sólo lo propio sino saber “endogeneizar” dichas oportunidades externas.

3. Desarrollo local como forma alternativa de desarrollo de “abajo-arriba” frente al desarrollo concentrador y esencialmente verticalista que no genera los canales para que la comunidad pueda participar en la toma de decisiones.

Respuesta a 3: el desarrollo local si bien es de naturaleza ascendente también requiere de intervenciones de los restantes niveles estatales para el logro del desarrollo territorial. Por tanto lo recomendable no sería descartar las decisiones de “arriba-abajo” sino llevar adelante una eficiente coordinación entre los distintos niveles de administración pública.

En síntesis, según Albuquerque el desarrollo no es tan sólo municipal, ni tan sólo endógeno, ni tan sólo de abajo hacia arriba; es un desarrollo territorial producto de una combinación de los tres aspectos. Por otra parte el desarrollo local no es sólo económico, sino más se trata de un desarrollo integral. Por ello para llegar a él también deben ser tenidas en cuenta las variables ambientales, culturales, socio-institucionales, laborales y de desarrollo humano. Por tanto a la definición previa ofrecida por Vázquez Barquero es necesario agregarle la dimensión ambiental para que el desarrollo sea verdaderamente integral y a largo plazo.

Por otra parte, Albuquerque (2004) sostiene que son necesarias una serie de situaciones y/o elementos para la promoción y generación de procesos de desarrollo local. Dichos elementos se encuentran sintetizados en la **figura 1:**

FIGURA 1



Fuente: *Alburquerque F. (2004)*

Para finalizar, introducimos el último ingrediente necesario para que la combinación de los elementos anteriores resulte en un proceso de desarrollo local sustentable. Los teóricos consultados, tanto Arocena (1989; 1994), Alburquerque (2004; 2007) y Vázquez Barquero (2000) coinciden en que es necesaria la participación de un proceso subyacente llamado descentralización.

La descentralización y el rol del Municipio

La descentralización supone una redistribución de competencias y funciones entre los diferentes niveles territoriales de las administraciones públicas que permite, mediante la cooperación público-privada y la concertación de actores socioeconómicos, diseñar estrategias locales de desarrollo (Alburquerque, 2004). La descentralización implica una redistribución territorial del poder para aumentar la autonomía de decisión y de control de los recursos por parte de los gobiernos y comunidades locales.

La descentralización surgió como consecuencia del fuerte cuestionamiento al Estado de Bienestar por su rol hegemónico en la planificación estratégica. La crisis estructural antes mencionada provocó una transformación del rol del Estado, del contenido de su agenda y su relación con la sociedad. En ese marco las diversas competencias subnacionales (Nación, provincias, municipio) modificaron sus funciones y sus relaciones recíprocas (Bitar, 2001). Esto implicó pasar de la propuesta macro y largoplacista de esfuerzos institucionales al municipalismo (Arocena, 1994).

El proceso de municipalización modificó el antiguo rol del estado local el cual ahora debía asumir responsabilidades frente al fenómeno del desempleo y la cuestión productiva, y además diseñar nuevas estrategias para la generación de empresas (Bitar, 2001). Para atender dichas demandas el municipio fue facultado con mayores

responsabilidades que trascendían sus clásicas funciones de alumbrado, barrido y limpieza. En ese sentido, en el nuevo modelo descentralizado la planificación estratégica es local en lugar de ser diseñada desde el gobierno central (Arocena, 1994).

En referencia a América Latina, Alburquerque (2004) afirma que “es indudable que el avance de los procesos de descentralización abre más espacios para el despliegue de iniciativas de desarrollo local”. Por su parte Boisier (2001) afirma que:

Hay una clara intersección entre desarrollo endógeno y descentralizado, puesto que es el poder transferido y también creado a partir de la descentralización el que permite tomar decisiones en relación a opciones de desarrollo y el que permite la apropiación parcial del excedente a fin de realimentar el proceso de crecimiento in situ.

Con lo visto hasta ahora y para sintetizar las nociones de Desarrollo Local podemos afirmar que las Iniciativas locales surgen como respuesta local a problemas globales, y que, si bien las problemáticas de desempleo, pobreza e inequidad pueden generalizarse, las soluciones desde la visión del Desarrollo Local se particularizan ya que son adaptadas al ámbito local y a las personas que las formulan. Cabe aclarar que la emergencia de teorías de Desarrollo Local no da por erradicada la divulgación de las concepciones previas de desarrollo. Por el contrario, la ilusión del crecimiento económico y la acumulación de riquezas siguen siendo las metas perseguidas por muchos gobiernos y empresas. De manera que si nos proponemos ofrecer una visión panorámica del escenario mundial actual lo que encontramos es la convivencia de distintas recetas de Desarrollo y Crecimiento a nivel internacional y a nivel intranacional.

1.2 LA “INDUSTRIA DE VIAJES Y TURISMO” Y EL “DESARROLLO LOCAL TURÍSTICO”

A pesar de la relativa novedad de la actividad, las distintas concepciones de crecimiento y desarrollo también dijeron presente en el ámbito del Turismo. Y como consecuencia de la influencia de aquellas, la actividad turística transitó por carriles disímiles a lo largo de los destinos turísticos dando origen a diversos impactos positivos y negativos. En líneas generales, podemos detectar que la evolución del Turismo se manifestó en dos grandes modelos (no siendo ninguno absoluto), uno más cercano al crecimiento económico turístico y otro más en sintonía con el desarrollo local turístico.

Para poder explayarnos sobre los modelos y diferenciarlos utilizaremos los aportes teóricos de Defino (2012).

Defino (2012) nos ofrece en *“Diferenciación del desarrollo turístico local con la industria de viajes, dos monedas diferentes”* un análisis sobre la realidad turística mundial e identifica dos situaciones o visiones del Turismo bien disímiles entre ellas. Por un lado se encuentra la concepción más difundida a nivel planetario que identifica al Turismo como la Industria de viajes, es decir el Turismo en su versión más convencional y de carácter masivo, y por el otro se encuentra al Turismo como la fuente de Desarrollo Local para los pueblos. Su autor considera que ambas concepciones se tratan de “dos monedas distintas” y no de las dos caras de una misma moneda.

La Industria de Viajes y Turismo

En la Industria de viajes los actores intervinientes son los organismos oficiales del sector (el sector público) y el sector privado que ofrece un conjunto de servicios relacionados con el desplazamiento, recepción y atención de pasajeros en determinados destinos de distintos continentes, con fuerte protagonismo e intervención del transporte aéreo. Dentro de los servicios que conforman la cadena de valor del Turismo encontramos los más tradicionales como: alojamiento, particularmente hoteles de tres o más estrellas, operadores receptivos, agencias de viajes, alternativas gastronómicas, transportes marítimos, fluviales y terrestres y los específicos como remises, taxis y autos de alquiler.

El turismo a escala global se conduce desde los Mercados de demanda hacia la Oferta de los Centros turísticos en una dirección mayoritariamente Norte – Norte, desde los Estados Unidos hacia Europa y viceversa. Dicha dinámica tiende hacia la concentración de las grandes empresas prestadoras de servicios que establecen alianzas y/o fusiones entre ellas para afianzar su crecimiento vertical y horizontal y su hegemonía en el Mercado. Pero para que la rueda que moviliza la Industria de viajes siga avanzando requiere de un actor localizado en el destino, que es la Agencia de Viajes. De esta manera, en resumidas palabras Defino (2012) entiende que en este modelo o “moneda” la cara local es la Agencia de Viajes y la contracara es el sistema de la Industria de viajes.

La Organización Mundial del Turismo en sintonía con la industria de viajes define al Turismo como la actividad que “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1994). De esta forma el Turismo es comprendido desde la Demanda turística. El actor principal allí son los turistas que a través de su desplazamiento geográfico y su consumo en los lugares de destino configuran la totalidad del sistema turístico.

Como resultado de hacer prevalecer a la Demanda por sobre la Oferta, las propuestas o paquetes que se ofrecen a los visitantes y turistas responden a los intereses de los Operadores turísticos de los centros emisores por sobre a los intereses y necesidades locales. Y por medio de la comprensión únicamente de la demanda se construyen los instrumentos de comunicación, promoción y comercialización necesarios – más conocidos como Marketing Turístico- para el posicionamiento de los destinos turísticos y la atracción de aquella demanda.

Desde esta visión parcial que pone en el centro del sistema turístico a la demanda turística, no se contemplan el mejoramiento de la calidad de vida de los residentes de los destinos, ni su desarrollo sustentable. Esta situación además responde al hecho de que en muchos casos, el residente no es consciente del patrimonio cultural y natural que alberga su localidad ni de la identidad colectiva que los aglutina, pensando sólo que tiene en común un territorio con los otros residentes o vecinos. Esta percepción bastante frecuente conduce a la comunidad a comportarse como receptora pasiva de los efectos negativos y positivos de la Industria del Turismo.

El Desarrollo Local Turístico

Sin embargo, y a pesar de la clara hegemonía de la primera visión, existe otra forma de entender el turismo que de hecho se asimila más al Desarrollo Local y que por tanto supera el problema mencionado al final del párrafo anterior. Se trata de una

comprensión integral sobre el fenómeno del turismo que tiene como centro a los residentes del destino turístico en lugar de a los turistas.

El estudio es integral porque incluye conocer y atender las múltiples situaciones que alberga una territorio como son: el grado de cohesión y acción de las instituciones locales, la existencia o posibilidad de políticas consensuadas para el desarrollo turístico, la infraestructura y servicios existentes y su potencialidad, la puesta en valor de los atractivos turísticos y su oferta en el mercado. Y además el estudio se centra en el residente ya que como enfatiza Defino, “el turismo debe centrarse en el destino, esto es, en el mejoramiento de la calidad de vida de los residentes y su desarrollo sustentable”. En este sentido el residente tiene el derecho de aceptar o no el desarrollo de la actividad turística según el impacto que esta genere sobre sus vidas.

Este modelo apunta al reconocimiento y aprovechamiento de los recursos propios (culturales y naturales) por parte de los residentes y a su empoderamiento social. El turismo no es sólo entretenimiento para los turistas sino que se convierte en primer lugar en herramienta de desarrollo para quienes habitan de manera permanente un territorio. Los residentes, a través de una estrategia de desarrollo turístico despliegan una propuesta de “abajo hacia arriba” que redundará en beneficios económicos y culturales locales.

Pero, para que aquello sea posible el residente debe participar activamente en el proceso de toma de decisiones que afecten su presente y futuro y convertirse en *Agentes de Cambio* (agentes de desarrollo). Y dado que el centro de este modelo de desarrollo turístico son las necesidades y deseos de los residentes, ya no es la Demanda la que dictará las directrices para la configuración de una Oferta hecha a medida de los grandes Operadores turísticos. Por el contrario será la Oferta, o mejor dicho el conjunto de intereses locales, el que deberá generar estrategias que logren captar la atención de los mercados que más convengan al desarrollo del centro turístico.

La herramienta indicada para la generación de una oferta turística consensuada es la planificación participativa o gestión participativa, ya que a través de ella se efectiviza la concertación de actores tan necesaria para la sostenibilidad de las iniciativas locales. Además, es a través del proceso planificador que se cristaliza la decisión política de la comunidad sobre la configuración del producto turístico y el perfil de la actividad turística en general.

Por último, en esta concepción el medio local es el perímetro ideal para alcanzar el desarrollo y las políticas descentralizadas son imprescindibles para promover la participación. Por ello aquí cobra relevancia el Municipio como representación estatal más próxima a la comunidad y a sus necesidades. Recordemos que el Municipio como se dijo anteriormente, fue aumentado en sus funciones y actualmente tiene la responsabilidad de diseñar políticas públicas que conduzcan al desarrollo local. Y dentro de sus nuevas competencias se encuentra la administración del tiempo libre, la recreación y el Turismo.

Nuestro objeto de estudio, el Turismo Comunitario presenta un enfoque que coincide con la visión de Desarrollo local turístico expuesta por Defino (2012) debido a que ésta forma de abordar el turismo pone énfasis en que el fenómeno turístico debe analizarse a partir del centro receptor y su planificación tendrá que ser el resultado de consulta a su población, procurando su consenso y participación de forma permanente y sistemática.

El siguiente cuadro caracteriza, sintetiza y agrega diferencias entre las dos visiones sobre el Turismo.

FIGURA 2

INDUSTRIA DE VIAJES Y TURISMO	DESARROLLO LOCAL EN COMUNIDADES TURISTICAS
✓ Visión del Turismo desde la Demanda. ✓ De escala global. ✓ El producto turístico ofrecido responde a los intereses de los operadores del centro emisor. ✓ Preocupación por la emisión e intermediación desde los centros de Demanda. ✓ Intervienen actores del Sector Público y el Sector Privado. ✓ La cara local es la Agencia de Viajes y la contracara es la Industria.	✓ Visión del Turismo desde la Oferta. ✓ De escala local o regional. ✓ El producto turístico ofrecido responde a los intereses de los centros receptivos. ✓ Preocupación por mejorar la calidad de vida de los residentes de los Destinos. ✓ Intervienen actores del Sector Público, Sector Privado + actores del TERCER SECTOR. ✓ La cara local es el Agente de cambio, y la contracara es el Desarrollo Local.
• Concentrados en la interacción Norte-Norte entre Europa y Estados Unidos. • Caracterizada por el tráfico de personas y de dinero. • Monopoliza el negocio y la comercialización de los traslados nacionales e internacionales de pasajeros.	• Planificación del turismo a través del consenso y la participación permanente y sistemática de los residentes. • Este tipo de abordaje, implica mucho más esfuerzo por parte de los profesionales en el campo de estudio.

Fuente: *Adaptación Defino (2012)*

1.3 EL TURISMO RURAL

El Turismo Comunitario se asume como una modalidad que forma parte del Turismo Rural pues se desarrolla en el medio rural ofreciendo diversos servicios turísticos, aunque con la particularidad de que la gestión es comunitaria (Inostroza, 2008).

Características del espacio rural

En un mundo donde el espacio urbano se concibe como la plataforma por excelencia para la prestación de servicios, con gran concentración demográfica y alta extranjerización del capital, y el espacio rural adopta el rol de proveedor constante de alimentos a la ciudad extrayendo de su ambiente natural cantidades copiosas de materias primas; nos preguntamos: ¿dónde tienen lugar mayoritariamente las iniciativas locales de Turismo? y ¿en qué lugar del planeta resulta más urgente el desarrollo local?.

Boisier (2001) considera que el verdadero desarrollo viene de la mano del capital intangible propio y que éste: “se encuentra más fácilmente en espacios sociales y territoriales pequeños, de naturaleza proxémica, en que los contactos cara a cara, las costumbres y las tradiciones son muy importantes”. Tal vez Boisier coincida con nosotros en que dichas características son fácilmente acogidas en la ruralidad, donde la iniciativa externa es escasa pero el capital intangible propio se encuentra latente y es abundante.

El espacio rural como se dijo anteriormente, cumple un irremplazable rol de proveedor de alimentos aunque esto no redundaría necesariamente en el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores. Por el contrario, el espacio rural sufre de desempleo y éxodo producto de la creciente tecnificación de la agricultura que reemplaza la fuerza humana. Es claro entonces que la diversificación de la actividad económica resulta acuciante para conservar a la población en su lugar de origen.

El 45% de la población mundial vive en esas áreas rurales, lo que es igual a más de la mitad de la población de los países en desarrollo (FAO, 2012). Dicha población rural se alberga en países cuya principal fuente de crecimiento económico es la agricultura, que en muchos casos llega a representar hasta el 30% del Producto Bruto Interno (FAO, 2012). Esto significa que su principal ingreso económico viene de la mano de la exportación de materias primas a países productores. En consecuencia, la primarización de esas economías hace a la vulnerabilidad de las comunidades rurales, debido a que justamente su fuente de sustento está sujeta a la volatilidad de precios internacionales y factores climáticos principalmente, aunque también se pueden mencionar posibles barreras proteccionistas e incapacidad económica de los países más pobres para la adquisición de tecnología moderna.

“El mundo rural está convertido en «periferia» dentro de la creciente internacionalización de las economías de todos los países” afirman Blanco P. y Benayas del Álamo (1994), y ocho años después Fernández M. y Puig M. (2002) declaran que “hoy en día nos encontramos en plena crisis del modelo productivista de la agricultura”. Ambos enunciados demuestran la repercusión de un mismo proceso económico-social sobre el área rural y la profundización de sus efectos nocivos. Como consecuencia de esta situación la cantidad de personas que trabaja en el sector agrícola en las áreas rurales disminuye y la población rural envejece (Graziano da Silva, 2004). El éxodo hacia los centros urbanos se justifica en la búsqueda de mejores servicios básicos como educación, salud e infraestructura adecuada y en el acceso a otras fuentes de empleo (Gascón, 2007).

Pero por otra parte, no sólo se produce un desplazamiento geográfico de los habitantes, sino también una migración productiva desde la agricultura hacia la realización de actividades no agrícolas por parte de nuevos pobladores a los que Blanco P. y Benayas del Álamo (1994) denominan “neorrurales”. La diversificación hacia actividades no agrícolas es una tendencia que podría ayudar a mitigar el éxodo entendiendo que el desarrollo rural no depende exclusivamente del desarrollo agrícola y que puede dar lugar a la prestación de servicios. Entre ellos se encuentran proyectos relativos al sector secundario y terciario, la recreación y los servicios ambientales y, por supuesto, también el Turismo (Graziano da Silva, 2004; Fernández M. y Puig M., 2002).

El turismo en el espacio rural se origina como una de las nuevas opciones productivas frente al reconocimiento de que “la obtención y comercialización de productos indiferenciados de consumo masivo – *commodities* – no alcanzan para mantener la rentabilidad de las actividades agropecuarias” (Fernández y Ramos, 2000). Por eso y como parte de las soluciones o paliativos ofrecidos para el espacio rural, se presenta una alternativa no agrícola que actualmente está en franco crecimiento y se apoya principalmente en la actividad agraria, el Turismo Rural (Barrera, 2005; García Cuesta, 1996).

El Turismo Rural como estrategia de diversificación económica

El Turismo Rural (en adelante TR) al igual que otras tipologías turísticas no cuenta con una definición exacta (Blanco P. y Benayas del Álamo, 1994). Más aún la dificultad de su conceptualización radica en que lo «rural» en sí no posee una definición universal (Blanco P. y Benayas del Álamo, 1994; Buendía M. y Pires M. L., 2000). Para los fines de esta tesis nos permitimos formular una definición en consonancia con lo expresado por García Cuesta (1996) al referirse a la existencia de varios turismos rurales y la necesaria simplificación de su análisis; el Turismo es «rural» cuando engloba actividades que buscan valorizar y ofrecer la cultura del espacio rural. Dicha definición, por su corta extensión resulta vaga pero al mismo tiempo muy abarcativa ya que comprende a todos los servicios relacionados directa o indirectamente con el turismo que tienen como única condición, ser realizados en la ruralidad, por tanto, el enfoque principal está puesto sobre el territorio en que se localiza (Barrera, 2002; García Cuesta, 1996; Fernández M. y Puig M., 2002; Fernández y Ramos, 2000).

El TR brinda nuevos usos a los recursos disponibles en las áreas rurales (Barrera, 2005) y aparece entonces como el medio para paliar los efectos negativos de una economía de monoproducción supeditada a decisiones externas difíciles de influir. Aunque también, el surgimiento del Turismo Rural se debe a la convergencia de dos situaciones: la primera se refiere al cuestionamiento que vive el sector turístico respecto del Turismo convencional, también conocido como de “sol y playa”, debido a sus impactos agresivos sobre el medio ambiente (García Cuesta, 1996), impactos fácilmente evidenciados en la erosión de las costas, la presión inmobiliaria y la masividad de personas que se suceden sin contemplar la capacidad de carga de los destinos. Y la segunda situación responde a un cambio en la demanda turística que rechaza los destinos tradicionales saturados por el turismo masivo. En su lugar, ésta nueva demanda se manifiesta amante de la naturaleza y procura espacios abiertos para la práctica de diversas “actividades lúdicas, deportivas y de distracción intelectual y/o ambiental no satisfecha por los espacios tradicionales” (Fernández y Ramos, 2000).

Entre los beneficios del TR destaca en primer lugar su capacidad para crear gran cantidad de puestos de trabajo, como lo explicara Barrera (2002) al enfatizar que “la demanda de mano de obra que genera la oferta de servicios en el campo, sea la

producción artesanal de alimentos o la atención de turistas, es generalmente mucho mayor que las actividades agropecuarias tradicionales”. En segundo lugar, y como consecuencia de lo anterior, el TR sirve para combatir el éxodo rural y la desintegración familiar al convertirse en una fuente adicional de ingresos (Juliá I. y Marí V., 2003), con el espíritu de lograr la diversificación productiva de la zona (Mendoza e Irving, 2004). Además, por otra parte su potencial para proteger el medio ambiente lo vuelve atractivo para las comunidades preocupadas por el avance de la frontera agraria (Blanco P. y Benayas del Álamo, 1994).

La importancia del TR en cuanto a la promoción cultural y el respeto por la identidad es reconocida desde los estamentos gubernamentales. En la Unión Europea desde el año 1991 hasta la actualidad se está implementando el Programa LEADER (en sus varias etapas LEADER I, LEADER II, LEADER +) que promueve, entre otras actividades, al Turismo con el objetivo de apoyar el desarrollo de las zonas más desfavorecidas de aquel país y revertir algunas de sus deficiencias estructurales producto de la crisis general del sector agropecuario (Blanco P. y Benayas del Álamo, 1994). En Argentina desde el año 2000 existe el Programa Argentino de Turismo Rural que promueve, difunde y capacita sobre TR en todo el país. A través del mismo se logró aumentar ampliamente la oferta de alojamiento, la cantidad de asociaciones de TR y la creación de rutas alimentarias, entre otros (Barrera, 2005).

Cuando se habla de TR el agroturismo pareciera ser su principal expresión por antonomasia (García Cuesta, 1996). No obstante el TR es más bien una categoría-paragua que engloba productos turísticos como los siguientes: ecoturismo, el turismo aventura, el turismo de estancia, turismo verde, turismo alternativo, turismo científico, entre otros (Barrera, 2005; García Cuesta, 1996). Como se dijo anteriormente, para pertenecer a la categoría de TR, el requisito fundamental es que la actividad turística sea desarrollada en el espacio rural y por esta razón incluimos al Turismo Comunitario bajo esta categoría-paragua.

1.4 EL TURISMO COMUNITARIO COMO MOTOR DEL EMPODERAMIENTO SOCIAL

Al indagar sobre el Turismo Comunitario (en adelante TC) nos encontramos nuevamente con una multitud de definiciones que lo caracterizan en mayor o menor medida y lo hacen desde una perspectiva propia que guarda estrecha relación con el territorio en que se desenvuelve la actividad. No obstante, las definiciones sí coinciden en afirmar que se trata de una forma de gestión de la actividad turística y no de un producto turístico en particular, como lo serían el tradicional “sol y playa”, turismo de aventura, cultural, religioso, etc. (Cioce S., Montovanili Jr., Pellin y Oyarzún Méndez, 2007; Ruiz, Hernández, Coca, Cantera y del Campo, 2008).

En este tipo de Turismo el elemento distintivo es la participación real de las comunidades receptoras en la gestión de la actividad (Ruiz et al., 2008; López-Guzmán y Sánchez, 2009). El rol activo de los habitantes del destino turístico se materializa en su involucramiento en la planificación, implementación y control de la actividad, lo que lleva a que la sustentabilidad conseguida gracias al empoderamiento social, también se presente como una de las bondades del turismo de base comunitaria (WWF, 2001; OMT, 2002). Asimismo, la participación de la sociedad local es premisa insoslayable para asegurar la generación y reinversión de los beneficios en el territorio local y para superar las contradicciones del crecimiento como la fuga de beneficios y el carácter exógeno de los productos turísticos (Troncoso, 2008).

El TC es una alternativa de desarrollo territorial sistémico con raíces en las propias comunidades que aprovecha el patrimonio cultural y natural locales para satisfacer necesidades de la población y mejorar su calidad de vida (Cioce, Alves, Falks, 2008).

Mediante estructuras organizativas de carácter colectivo las comunidades practican la autogestión de sus recursos, toman decisiones de manera democrática y en cuanto a la distribución de los beneficios adoptan los principios de la Economía Social con miras hacia la equidad y mejora de la calidad de vida (OIT, 2005; Cañada, 2010; WWF, 2001).

El Turismo Comunitario se desarrolla principalmente en la ruralidad. Por esta razón se considera al TC dentro de la categoría de Turismo Rural pues se desarrolla en aquel ámbito ofreciendo diferentes servicios turísticos, pero con la especificidad de ser administrado bajo un modelo de gestión comunitario. Son estas sutiles diferencias conceptuales las que llaman la atención de Sampaio C. et al., (2007) quienes nos advierte que “se debe resguardar el concepto de TC evitando así que sea confundido con modalidades [...] sintonizadas con el estilo de desarrollo hegemónico”. Entonces cabe repetir y remarcar que el TC si bien pertenece a la categoría de Turismo Rural, el TC es una alternativa de desarrollo para los pueblos, una ventana al desarrollo local más que un paquete de medidas preconcebidas para conseguir crecimiento económico en el corto plazo. Por lo tanto el TC va más allá del turismo rural porque pretende tener control estratégico y no sólo operativo de la actividad turística.

El TC es una herramienta de Desarrollo Local que no pretende reemplazar ni eliminar las tradicionales tareas agrarias campesinas sino complementarlas (OMT, 2002; Fernández M. y Puig M., 2002; Cañada, 2010) y así alcanzar un desarrollo sustentable. Por esta razón si entendemos que la sustentabilidad de cualquier actividad productiva sólo es posible si ésta se encuentra comprendida dentro de una estrategia mayor de desarrollo local, regional o nacional (Altschuler, 2006), entonces el TC no está exento de este requisito y por tanto debe formar parte de una estrategia mayor que lo englobe, y como el TC se despliega en el espacio rural “debe estar subordinado a un modelo de desarrollo rural y no al revés” (Inostroza V. 2008). Esta relación puede observarse en el siguiente gráfico:

FIGURA 3



Fuente: *Elaboración propia*

Por otro lado, otra característica del TC es que el mismo propugna un desarrollo adaptable a su entorno (Ruiz et al., 2008) por tanto su diseño e implementación dependerá de la visión de los actores de cada territorio. Así lo explica Gascón (2007) cuando afirma que “no hay un modelo de Turismo Comunitario aplicable universalmente, (...) el modelo turístico siempre tendrá que adaptarse a las características del contexto y de la población local, por lo que una experiencia sostenible y exitosa en un determinado contexto puede ser tomada como referente pero nunca como ejemplo a replicar”.

La adaptabilidad del TC a los territorios y/o intereses de los actores es causa de las diversas interpretaciones que existen sobre el mismo. Por ejemplo, el World Wildlife Fund (2001) considera que la actividad turística debe ser ambientalmente sostenible y define al TC como equivalente a un tipo de ecoturismo para el cual la principal motivación de los turistas es disfrutar de la naturaleza. Lo que deriva en que la principal intervención de las comunidades se manifieste en el plano de la conservación del patrimonio natural.

Desde otro lugar la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) remarca la importancia de la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, la valoración del patrimonio y la defensa de los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblo para la distribución equitativa de los beneficios generados. El caso de Ecuador es paradigmático para América Latina en materia de Turismo Comunitario.

Por último, también al TC se lo vincula con el Turismo Solidario, el cual es un tipo de turismo que define a aquellos turistas que pasan parte de sus vacaciones ayudando a las comunidades receptoras (López- Guzmán Guzmán, Vázquez de la Torre y Sancho, 2006), aunque en el presente trabajo no se lo considera así.

1.5 LA ECONOMÍA SOCIAL Y LA COOPERATIVA

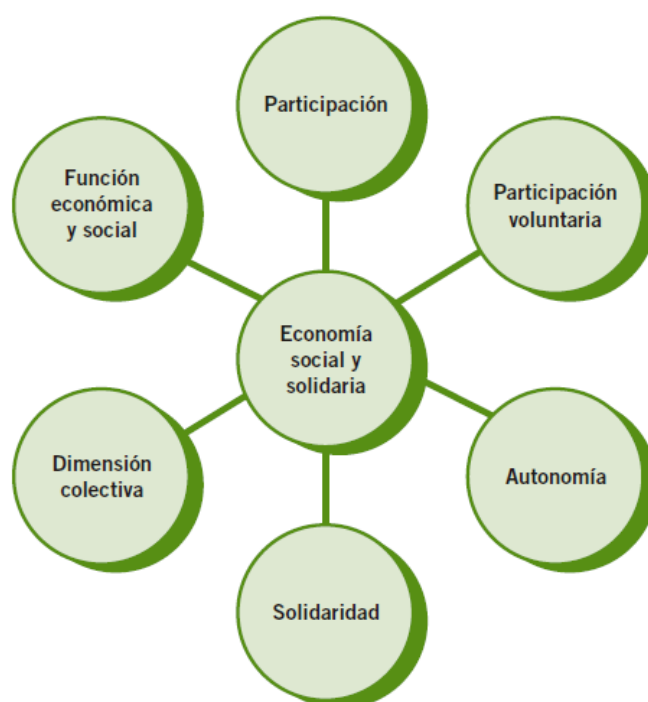
Según Coraggio (2002) la Economía Social (también llamada Economía Social y Solidaria) se trata de:

un modo de hacer economía, organizando de manera asociada y cooperativa la producción, distribución, circulación y consumo de bienes y servicios no en base al motivo de lucro privado sino a la resolución de las necesidades, buscando condiciones de vida de alta calidad para todos los que en ella participan, sus familiares y comunidades, en colaboración con otras comunidades para resolver las necesidades materiales a la vez que estableciendo lazos sociales fraternales y solidarios, asumiendo con responsabilidad el manejo de los recursos naturales y el respeto a las generaciones futuras, consolidando vínculos sociales armónicos y duraderos entre comunidades, sin explotación del trabajo ajeno.

Esta alternativa económica **no-capitalista** comprende formas específicas de empresas y organizaciones como las cooperativas, sociedades mutuales, asociaciones y empresas sociales que son los ejemplares más comunes aunque no los únicos. Todas ellas tienen rasgos comunes que las diferencian de las empresas y organizaciones públicas y privadas (Centro Internacional de Formación de la OIT, 2011). Las empresas de la Economía Social son asociaciones con trabajadores libres y no empresas donde el trabajo está subordinado a la voluntad del capital autoritario que se sostiene por la necesidad de sus trabajadores de obtener un salario para sobrevivir. Por el contrario las organizaciones de la Economía Social despliegan una lógica de “contribuir a asegurar la reproducción con calidad creciente de la vida de sus miembros y sus comunidades de pertenencia o, por extensión, de toda la humanidad” (Coraggio, 2002).

La Economía Social persigue objetivos sociales y económicos combinados como lo demuestra la siguiente figura:

FIGURA 4



Fuente: *Centro Internacional de formación de la OIT (2011)*

Finalmente, esta economía es *social* porque “produce sociedad y no sólo utilidades económicas, porque genera valores de uso para satisfacer necesidades de las comunidades –generalmente de base territorial, étnica, social o cultural- y no está orientada por la ganancia y la acumulación de capital sin límites”. Y además porque “vuelve a unir producción con reproducción, al producir para satisfacer de manera más directa y mejor las necesidades acordadas como legítimas por la misma sociedad” (Coraggio, 2002).

La cooperativa

Dentro de la Economía Social encontramos al Cooperativismo como uno de sus mayores referentes. Las cooperativas se encuentran representadas por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), que es una ONG nacida en 1895 y que representa a cooperativas de todos los sectores a escala planetaria. La ACI aprobó en 1995 en el Congreso de Manchester la *Declaración sobre la Identidad Cooperativa*, en la cual se define a la cooperativa como:

una asociación autónoma de personas que se unen voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta democráticamente gestionada.

En general, la cooperativa pretende facilitar el acceso a mercados, a servicios públicos o generar empleo en lugares donde la profundización del capitalismo ha acarreado exclusión social. Las empresas cooperativas son producto de la notoria insatisfacción generada por las ineficacias del capitalismo, ya que de hecho, el cooperativismo tiene raíces en países desarrollados (Da Silva y Ratzmann H., 2008). Sin embargo, Buendía

M. y Pires M. L. (2000) nos aclaran que la cooperativa si bien es una forma de resistencia “no constituye una alternativa de enfrentamiento al capitalismo”. Esto se debe a que la cooperativa como organización viva y sistema abierto no puede desprenderse de su contexto sino que debe desenvolverse dentro de una realidad capitalista y desarrollar capacidades competitivas (San Pedro, 1987).

El origen del Cooperativismo

Varias son las teorías existentes sobre el Cooperativismo como lo demuestran Kaplan de Drimer, A. y Drimer, B. (1981), y, aunque escapa a esta tesis pasar revista a las distintas teorías, sí nos interesa rescatar las razones que dieron origen al Cooperativismo. Y estas son, como en todo evento social-histórico, un conjunto de situaciones contextuales complejas que, en este caso, convergieron en un escenario hostil para trabajadores y campesinos, impulsándolos a buscar los medios para mejorar la calidad de sus vidas. Los autores consultados coinciden en que incluso antes de la Revolución Industrial del siglo XIX imperaba una inhumana explotación del hombre y que la alternativa cooperativa se insinuó como una reacción popular contra la marginación social vivida (Moirano, 1998; Monzón, 2003; Panzoni, 1958; San Pedro, 1987).

El primer antecedente más cercano a lo que hoy conocemos como cooperativa, se detecta en el año 1844 con la acción de un grupo de trabajadores de la ciudad de Rochdale, Inglaterra. Se trataba de 28 obreros, en su mayoría tejedores, que agobiados por la explotación diaria de su fuerza de trabajo, condiciones laborales inhumanas y salarios paupérrimos; decidieron unirse y fundar un almacén cooperativo que los aprovisionara de elementos básicos a menor precio (Moirano, 1998; San Pedro, 2005). La Revolución Industrial mostraba sus efectos generando crecimiento económico para las potencias industrializadas pero a costa de la explotación de sus trabajadores. La experiencia de «Los probos pioneros de Rochdale» surgió gracias al esfuerzo mancomunado de los obreros que enfrentaron una problemática común. Y, si bien no puede asegurarse que aquel almacén haya sido la primera cooperativa en el mundo, su influencia sobre el movimiento cooperativo se debe a la aplicación de una serie de principios morales y prácticos que guiaron el funcionamiento del almacén, los cuales fueron tomados por la ACI y resultaron fundamentales para la confección definitiva de los principios actuales.

Hoy, más de un siglo y medio después de sus inicios, el crecimiento paulatino y en todo el mundo del cooperativismo motiva su reconocimiento y promoción desde organismos internacionales como la Organización para la Alimentación y la Agricultura, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, la Organización Internacional del Trabajo, la Organización de los Estados Americanos (Panzoni, 1958; San Pedro, 2005). Sin embargo y a pesar del reconocimiento internacional sobre la cooperativa como “la economía al servicio de los valores humanos” (San Pedro, 2005), el espacio académico dedicado a la Doctrina cooperativa es marginal debido a que los teóricos de la economía y de la administración han privilegiado la racionalidad ortodoxa ignorando la alternativa ofrecida por el Movimiento Cooperativo (Kaplan de Drimer, A. y Drimer, B., 1981; Buendía M. y Pires M. L., 2000).

Valores y Principios del Movimiento Cooperativo

El Movimiento Cooperativo se sustenta en los siguientes valores: autoayuda, autoresponsabilidad, democracia, igualdad, equidad, solidaridad, honestidad, apertura, responsabilidad social y preocupación por los demás (ACI, 1995).

Para que esos valores sean llevados a la práctica, la ACI determina siete principios que regirán el comportamiento de las cooperativas. Los siete principios son los siguientes:

1. Asociación voluntaria y abierta. Las cooperativas son organizaciones voluntarias abiertas para todas aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conlleva la membresía sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa.
2. Control democrático por los asociados. Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar a su cooperativa responden ante los miembros. Los miembros tienen igual derecho de voto (un miembro, un voto).
3. Participación económica de los asociados. Los miembros contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa. Por lo menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa.
4. Autonomía e independencia. Si las cooperativas entran en acuerdos con otras organizaciones (incluyendo gobiernos) o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la cooperativa.
5. Educación, capacitación e información. Las cooperativas brindan educación y entrenamiento a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas.

Las cooperativas informan al público en general, particularmente a jóvenes y creadores de opinión, acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo.

6. Inter-cooperación. Las cooperativas sirven a sus miembros más eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo si cooperan entre ellas mismas por medio de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.
7. Preocupación por la comunidad. La cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros.

Respecto de los principios es interesante citar el trabajo de Agirre (2001) sobre el caso de Mondragón Corporación Cooperativa. Allí se expone que son justamente los principios cooperativos la fuente de fortalezas competitivas que le permite a este tipo de organización afrontar un escenario cambiante donde nuevas prácticas de management son requeridas. Según la autora las cooperativas parten de una situación ventajosa por el solo hecho de aplicar un tipo de gestión flexible que fomenta la implicación del trabajador.

Los valores y principios del Cooperativismo se deben unos a otros y esta relación se puede observar en el siguiente cuadro:

FIGURA 5

RELACIONES ENTRE VALORES Y PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LA COOPERACIÓN	
Adhesión voluntaria y abierta	Igualdad.
Gestión democrática.	Democracia.
Participación económica de los socios	Justicia económica.
Autonomía e independencia.	Autoayuda, democracia.
Educación, formación e información.	Autoresponsabilidad.
Inter-cooperación.	Autoayuda.
Interés por la comunidad.	Solidaridad.

Fuente: Vargas S. (1995)

Estructura cooperativa

La cooperativa se desempeña desde dos planos interdependientes, es al mismo tiempo *asociación* y *empresa*. Como *asociación* se trata de un grupo de personas unidas voluntariamente y con intereses económicos, sociales y culturales comunes, y como *empresa* (de propiedad común) la cooperativa pretende satisfacer esos intereses por medio de una gestión democrática (Bastidas, 2004; Dávila, 2005; Moirano, 1998; San Pedro, 2005). Ambas facetas son igualmente relevantes para la supervivencia y desarrollo de la organización. Si bien la obtención de excedentes para la remuneración del capital no es su objetivo principal (Bastidas, 2004), la cooperativa sí debe orientar sus acciones con visión empresarial. En tal sentido, los principios de eficacia y eficiencia no son desdeñados por los asociados, quienes conocen la importancia de administrar correctamente los recursos y vigilar los costos y gastos para evitar que éstos aumenten, ya que esto socavaría su nivel de competitividad (San Pedro, 2005).

Con el mismo criterio, el principio quinto de *Educación, capacitación e información* que apunta a la formación profesional de los asociados, resulta imprescindible para asegurar la racionalidad en la toma de decisiones, aunque éstas no deben entrar en contradicción con la ética cooperativa. Asimismo no es aconsejable descartar la opción de la contratación de profesionales externos.

El binomio asociación-empresa proporciona además la posibilidad de que los asociados desarrollen una multiplicidad de roles dependiendo de su movilidad en la organización: asociados o dueños, directivos, trabajadores- asociados, trabajadores, y hasta usuarios y proveedores de sus propias cooperativas. Claro, que esto dependerá de las condiciones técnicas, la complejidad de las actividades, el número de socios y las dimensiones de la organización (Bastidas, 2004).

Y como toda organización que aspire a un buen funcionamiento, la cooperativa fija su regulación y todo lo que hace a su funcionamiento, y lo plasma en un documento denominado Estatuto. En el caso de Argentina, la legislación (Ley n° 20337) establece que el Estatuto de la cooperativa debe incluir nombre y domicilio de la cooperativa;

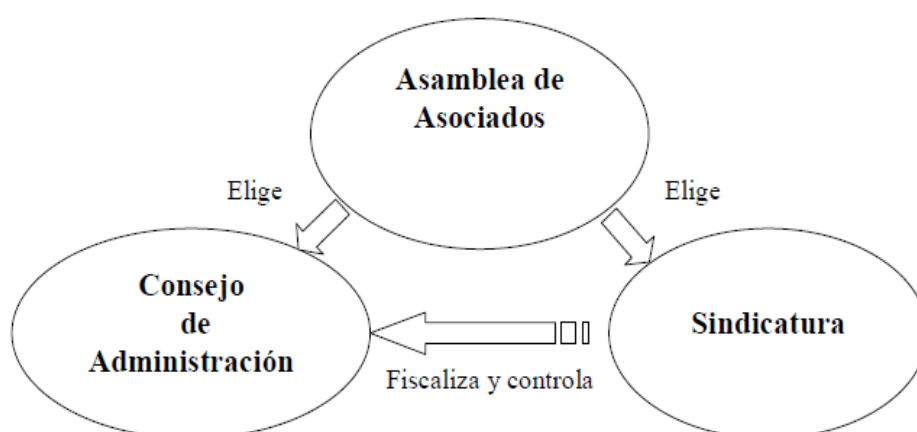
objeto social para el cual se constituyó; valor de las cuotas sociales y monto que debe aportarse como capital para ingresar; cómo se organiza internamente; cuáles son sus órganos de gobierno, administración y control; cómo se reparte el resultado económico anual; condiciones de ingreso y egreso de los asociados; derechos y obligaciones; en qué casos se disuelve la cooperativa y cómo se liquida.

Por otra parte, la cooperativa puede definir reglas de convivencia. Dichas normas están en consonancia con los valores y principios y son establecidas en común acuerdo por todos sus asociados, y luego respetadas (Panzoni, 1958). Se trata de un reglamento interno facultativo que contiene normas específicas y varía de acuerdo con el objeto u objetos. Según la legislación argentina, éste no es obligatorio.

Respecto de los órganos necesarios para la gestión y gobierno democráticos de las cooperativas éstos pueden variar según las necesidades y la legislación nacional de cada país. En Argentina las cooperativas presentan los siguientes órganos sociales:

- *Asamblea General de Asociados*: es la instancia básica y obligatoria de toda cooperativa que se concreta bajo el principio de “una persona un voto”. Allí se eligen por mayoría a los integrantes del Consejo de Administración, se dirime sobre el destino de posibles excedentes, sobre la cooperación con otras cooperativas, sobre la composición del grupo de asociados que estarán a cargo de las actividades gerenciales y operativas y si existiese la posibilidad de rotar entre ellas, entre otras.
- *Consejo de Administración*: órgano encargado de las actividades gerenciales que garanticen la operatividad de la cooperativa. Es un órgano colegiado que debe estar integrado por lo menos por cinco consejeros y su existencia es obligatoria por ley.
- *Sindicatura*: órgano colectivo encargado de la vigilancia de las actividades, de la legalidad de las acciones y del cumplimiento de los mandatos de la Asamblea.

FIGURA 6



Fuente: *Subsecretaría de acción cooperativa, Secretaría de Participación ciudadana de Buenos Aires*

La estructura cooperativa es autogestionaria y además horizontal y circular. Es horizontal ya que todos los asociados tienen igual poder de participación, nadie es más importante que otro, y cada uno de ellos es dueño de la organización. Es circular

ya que en su centro se concentra el poder representado por la Asamblea General de Asociados, desde la cual se adoptan democráticamente (una persona un voto) las decisiones más importantes, y frente a la cual todos los asociados participan con los mismos deberes y derechos posicionándose a la “misma distancia” (Bastidas, 2004).

En las cooperativas las funciones productivas y administrativas a desempeñar son similares a las funciones clásicas: administrativa, comercial, contable, financiera y técnica, con el aditivo esencial de la *función cooperativa*, la cual debe impregnar con un estilo propio todas las demás funciones clásicas. La función cooperativa implica alcanzar los objetivos de la organización pero siempre en cumplimiento con los principios de solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua (San Pedro, 1987).

Gracias a la estructura particular de la cooperativa, se le puede adjudicar como ventaja competitiva el potencial humano para la innovación, y ésta se debe al ambiente propicio de constante interacción de los asociados con su entorno y a la toma de decisiones a través del consenso que genera un estímulo a la creatividad individual en un marco colectivo. En palabras de Dávila (2005) “el modelo cooperativo desde la perspectiva teórica, es una innovación ya que plantea un nuevo arreglo organizacional, una manera diferente de administrar el poder y de organizar el talento humano, donde se coloca al ser humano en el centro de la organización y se pregona y propicia una gestión democrática y participativa”.

Tipos de cooperativas

Según la «clase» de cooperativas, el trabajo de Moirano (1998) define las siguientes categorías:

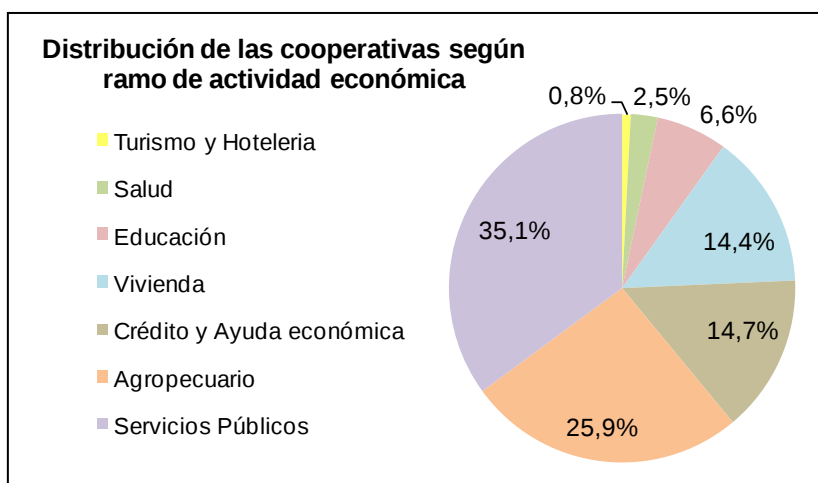
- Cooperativas de distribución. Distribuyen entre sus asociados bienes o servicios, aquí se incluyen las cooperativas de consumo.
- Cooperativas de colocación de la producción. Funcionan como intermediario entre el mercado y la producción de sus asociados.
- Cooperativas de trabajo. Brindan ocupación al asociado.

Por otra parte, las cooperativas también pueden clasificarse según su grado de integración (Moirano, 1998):

- Cooperativas de primer grado. Los asociados son personas físicas y jurídicas.
- Cooperativas de segundo grado. Los asociados son cooperativas de primer grado que conforman una federación.
- Cooperativas de tercer grado. Asocian a las entidades de segundo grado y representan al sector en su conjunto.

Respecto de esta última clasificación, es la existencia de cooperativas de distintos grados lo que da cumplimiento al principio de Inter-cooperación, es decir, cooperación entre cooperativas. A través de las Federaciones y/o Confederaciones, las cooperativas tienen la posibilidad de gozar de los beneficios de pertenecer a una red, entre ellos: aprovechar economías de escala para tareas de comercialización; realizar compras conjuntas de insumos; ganar mayor peso en el mercado e impulsar la representatividad de los diversos movimientos locales y nacionales ante otros actores como el Estado y las Universidades, en síntesis, maximizar las ventajas propias de la cooperativa generando redes sólidas con fuerza de capital social (Bastidas, 2004).

Por último las cooperativas también se pueden clasificar según el sector económico en que se desempeñen. En nuestro país la autoridad de aplicación que regula el funcionamiento de las cooperativas y las asociaciones mutuales es el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES) que es un organismo descentralizado del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. Como parte de sus funciones de fiscalizador, el INAES publicó en el 2008 el documento sobre el “Reempadronamiento Nacional y Censo Económico Sectorial de Cooperativas y Mutuales”. En el siguiente gráfico se puede ver cuál es la distribución de las 3865 cooperativas censadas según su actividad económica.



Fuente: *INAES (2008)*

El Turismo es ofrecido tan sólo por el 0.8% del total de las cooperativas erradicadas en el país.

DESARROLLO**2. EL ROL DE LA COMUNIDAD EN EL TURISMO****2. 1 Los residentes en la Industria de Viajes y Turismo**

En el turismo convencional, masivo o “all inclusive” la cadena de valor está formada por prestadores de servicios multinacionales. Desde el aviso publicitario en Internet que muestra una oferta imperdible para viajar a un destino turístico hasta el regreso al lugar de origen, el turista transita por los distintos eslabones y participa de ellos consumiendo. Dicho comportamiento no desentona con el resto de nuestras prácticas sociales; el mercado pone las mismas reglas para cualquier aspecto de nuestra vida y los actores que modelan nuestro estilo de vida también son los mismos: el sector privado, el sector público y a veces también el llamado “tercer sector”.

El “valor” en la cadena está dado por la sumatoria de los productos y servicios ofertados por distintos rubros, los cuales podemos enunciar, sin pretender ser exhaustivos, como: comunicación y comercialización, seguros, financiación, transporte, alojamiento, alimentación y recreación. Dichos rubros dentro de la cadena se ordenan según una lógica secuencial que pretende facilitar el acceso o la adquisición de esos productos y servicios. Y esto es deseable en sí mismo. El comportamiento caótico de los distintos actores y la incertidumbre sobre la capacidad logística para satisfacer una demanda no forman parte de los deseos de los consumidores finales, que, en el caso del Turismo, son los turistas. De manera que el consumo ordenado no es motivo de preocupación.

Sin embargo, por otro lado, la participación de grandes prestadores de servicios turísticos sí es motivo de conflicto en los escenarios de destino, y principalmente por dos cuestiones: el peso que ejercen las operaciones de estas empresas y la desigual distribución de ingresos. También la situación podría reducirse a la primera causa si entendemos que la segunda es su consecuencia. En el primer caso, el poder de negociación de aquellos prestadores no es comparable con el de los emprendedores individuales locales que se ven impedidos de competir contra gigantescas economías de escalas. La concentración de la oferta en pocas manos coloca a la población local en el lugar de espectadores; el turismo está allí frente a ellos pero su participación es marginal. Lo que nos lleva a la segunda cuestión, la distribución de los ingresos será proporcionalmente igual a la participación de cada actor y al mismo tiempo socialmente inequitativa. Y esto tiene directa relación con el hecho de que los grandes prestadores de servicios no pertenecen al lugar de destino y los beneficios obtenidos no son reinvertidos allí.

De hecho, las casas matrices de estas empresas, en general se localizan en el lugar de origen de los turistas. Se trata de una dinámica “desde los mercados y no desde los centros receptivos” (Defino, 2012a). La OMT ha estudiado bastante el flujo turístico internacional con el afán de poder describir el presente y las futuras tendencias de la actividad, y mediante un didáctico mapamundi con flechas nos muestra cómo entre los mismos países centrales de ambos hemisferios se desplazan millones de personas, en un claro sentido Norte- Norte. Y, si entendemos que los habitantes del Norte son quienes pueden viajar en mayor cantidad y frecuencia por su poder adquisitivo, también podemos deducir que las empresas con mayor capacidad de inversión son aquellas cuyo capital proviene de los países centrales. Y es justamente allí adonde vuelven las rentas turísticas obtenidas.

¿Y cuál es el papel que juega la población residente en la cadena de valor? Para empezar a responder la pregunta veamos el caso de Quebrada de Humahuaca, Argentina. Troncoso (2008) al preguntar entre la población de la Quebrada de Humahuaca sobre los beneficios que generó el turismo luego del nombramiento de la quebrada como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, se encontró con respuestas que reflejaban mayormente insatisfacción por los impactos turísticos. La población renegaba del lugar que “el turismo” le había dejado, ya que se resumía en trabajos de baja cualificación y en condiciones precarias, y la venta minorista de souvenirs. Es para destacar además, el siguiente testimonio del Secretario de Cultura de la Municipalidad de Tilcara: “de los emprendimientos turísticos no queda nada para la comunidad. Sólo los impuestos que se pagan, y la gente si no tiene trabajo se va a ir, cuando se vayan los tilcareños, ¿qué le van a mostrar al turista?”. Aquí se puede entender que la población forma parte de la “atractividad del lugar” (Troncoso, 2008) y que la misma lógica de crecimiento económico turístico hace emigrar a la población autóctona atentando contra la sostenibilidad del destino. Y respondiendo a la pregunta inicial, la población en el turismo convencional se convierte en mano de obra de hoteles, restaurantes y empresas de recreación sin que se establezca un verdadero intercambio cultural con los turistas (Aguirre J., 2007; Morales M., 2006).

Entonces, tenemos por un lado, a los turistas de origen extranjero y por el otro a la población, ambos grupos conviviendo temporalmente en un mismo lugar: el lugar de los residentes. Estos grupos fueron conectados por una serie de servicios a los cuales los primeros consumen y los segundos ven crecer sin participar de la renta generada. Si se lo analiza desde un esquema de sociedad piramidal donde unos pocos centralizan las decisiones (Aguirre J., 2007) podríamos afirmar que los residentes se encuentran en la base (la gran mayoría pero que no toma decisiones estratégicas), y en la cima aquellos agentes decisores con mayor influencia sobre el desarrollo, que son los prestadores turísticos.

Dentro de este rígido esquema piramidal se desconoce la existencia de estructuras organizativas propias de las comunidades que también son capaces de tomar decisiones y promover cambios. Porque efectivamente eso es una comunidad, una estructura preexistente que da estabilidad. Pero esta comunidad no es invitada a intercambiar ideas sobre el perfil de desarrollo más adecuado para su territorio, por el contrario se convierte en receptora de un “desarrollo” preconcebido y deliberado por agentes externos. Y fue justamente la no participación de las comunidades la causa de, por ejemplo, la inequitativa distribución de los resultados económicos en Quebrada de Humahuaca (Troncoso, 2008) y del fracaso de experiencias eco-turísticas en Ecuador (Ruiz et al., 2008).

En el Turismo Comunitario se reconoce que la comunidad no es una cosa, sino una forma (Ruiz et al., 2008), una forma de compartir, de gestionar, de relacionarse, de establecer premios o castigos sociales, de entender lo que los rodea. La inclusión de la comunidad en la planificación se vuelve esencial para la sustentabilidad de cualquier proyecto y para evitar fracasos (Popovich y Toselli, 2006), como ocurrió en los casos mencionados anteriormente. Es en esa dirección que algunos estudios emergentes se van orientando.

2.2 La participación de los residentes en el Turismo Comunitario

A diferencia del turismo convencional, en el TC el foco está puesto en la comunidad y lo que la comunidad espera del turismo. Las comunidades con su estructura organizativa buscan en su propio territorio aquellos recursos con potencialidad turística y con ayuda externa o no, los van preparando para convertirlos en productos con la pretensión de hacer uso sustentable del turismo y que no sea la actividad turística la

que haga uso de la comunidad. Así, tal vez incipiente y tímidamente se podría ir modificando la rigidez de la sociedad piramidal, en la cual hay muchos sujetos en la base y pocos agentes de cambio en la cima.

El Turismo Comunitario da lugar a la participación de comunidades que habían sido tradicionalmente objetos de desarrollo antes que sujetos del mismo (Ruiz-Ballesteros & Solís, 2007) por ello aquí hay lugar para las minorías. En el TC tienen la posibilidad de participar activamente por ejemplo, los pueblos aborígenes (OIT, 2005). Dichos pueblos se asientan en geografías con bellezas naturales casi intocadas, ya que las técnicas de apropiación del entorno conocidas allí, constituyen sistemas tradicionales de producción con bajo impacto ambiental. Además se suman creencias de índole religiosa que ralentizan el ritmo de alteración del entorno si lo comparamos con un espacio industrializado.

Sin embargo y más allá las opiniones más o menos dogmáticas respecto de la apropiación del espacio, hay pueblos indígenas que deciden hacer lugar a la actividad turística para apropiarse de algunos de sus beneficios, entre ellos la reivindicación de su cultura y el reconocimiento social; y lo hacen de manera comunitaria. En la región Andina la población quechua y atacameña que poseen sistemas agroproductivos de subsistencia, aprovechan el TC como estrategia de desarrollo en oposición a los medianos y grandes emprendimientos mineros de la zona por un lado, y a la profundización de una “actividad turística intensiva de carácter internacional”, por el otro. A través de la concertación de distintos actores, entre ellos una ONG, el TC le otorga un rol activo a la comunidad y cobran importancia las microempresas turísticas y las redes que las vinculan (Morales M., 2006).

En la región Pilon Lajas en Bolivia, ha sido muy beneficioso el llamado “turismo indígena” con base comunitaria ya que posibilitó la dinamización de la economía local a través de la diversificación económica y la recuperación de elementos culturales y naturales. Dichas acciones tomaron en cuenta la diversidad de capacidades y conocimientos de los habitantes de la zona con el ánimo de alentarlas y potenciarlas, y al mismo tiempo desalentar la especialización y el monocultivo. Además se destaca el efecto positivo sobre la autoestima, la cual se vio fortalecida por el proceso participativo y por la apertura de posibilidades antes negadas, como la financiación (Pereda V., 2007).

En Ecuador la FEPTCE, que está conformada por organizaciones campesinas e indígenas, considera al TC como una estrategia de desarrollo local y además de consolidación política. En Ecuador la población originaria alcanza al 7%¹ (CEPAL, 2005), por ello el TC se convierte allí en una herramienta de defensa de los derechos territoriales de sus Nacionalidades y Pueblos. Es decir, el TC en este caso es un medio que sirve para reclamar un lugar en el Estado y en el Mercado (Ruiz et al., 2008). Por último en la provincia de Palawan, en Filipinas, la comunidad indígena que vivía principalmente de la pesca, aprovechó al TC también como forma de defender y preservar sus derechos sobre esas tierras. Para ello diseñó un Plan de Manejo de Ecoturismo que apunta hacia el control y protección de su ambiente natural (Okazaki, 2008).

Por su parte la ONU también ha dado cuenta de la necesidad de no sólo atender las demandas de estos grupos sino además de reconocer las experiencias que ya están

¹En Ecuador existe una gran disparidad entre las cifras oficiales y las propias estimaciones indígenas. Según el censo de 2001 habría en el país 6.8% de población indígena, mientras que la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE) aseguró en 2006 que en el país el 33,3% de la población era indígena. Fuente: UNICEF

en marcha en todo el mundo. Por ello desde la Organización Internacional del Trabajo (OIT) se confeccionó una metodología, que se encuentra disponible on-line, que mide la sostenibilidad de experiencias en curso sobre turismo con comunidades indígenas en Bolivia, Ecuador y Perú. La OIT (2001) proclama que el turismo resulta “crucial” para la obtención de ingresos por parte de comunidades campesinas o indígenas ya que permite diversificar las actividades agropecuarias y prestar nuevos servicios de forma sostenible.

Ahora bien, cuando hablamos de grupos minoritarios podemos suponer que es esta misma condición la que los coloca en cierto grado de vulnerabilidad social, motivo por el cual sus integrantes deben ejercer presión política en favor del reconocimiento de sus derechos civiles que les entregue mayores libertades sociales. Pero además, también existen otros grupos, a los cuales ningún esfuerzo estadístico podría considerar como “minorías”. Se trata de quienes sufren otro tipo de vulnerabilidad social, tal vez mayor, por el acceso restringido o directamente la exclusión del sistema de consumo actual.

A ese grupo la ONU, y por consiguiente la OMT (2002) denomina “pobres” y recomienda fuertemente al Turismo como estrategia para la “atenuación” de esa condición que los caracteriza. Mediante un estudio de casos en comunidades de Gambia, Sudáfrica, Nepal y Ecuador la OMT (2002) enfatiza en los beneficios de otorgar fuentes de trabajo variadas en el ámbito de los servicios. Para ello considera y preconiza que el Sur debe captar las divisas del Norte ofreciendo un producto turístico que cumpla con estándares de calidad para hacerlo competitivo y transable en el mercado (OMT, 2002). Esto denota la importancia que se da al aspecto de apertura económica internacional como la forma adecuada de crear y ofertar el producto, que podría traer como consecuencia la generación de dependencia local de esos capitales extranjeros. Ciertamente la OMT confía en las capacidades de autorregulación del mercado cuando afirma que “por un proceso de goteo [por la entrada de divisas] las comunidades locales se beneficiarían del empleo y el desarrollo económico local generado por ese gasto adicional y las nuevas oportunidades empresariales que se crearían”. Sin embargo, esta visión de la OMT sobre los beneficios del derrame económico se asemeja por su lógica de mercado mucho más al modelo del Turismo como Industria que al modelo de Desarrollo Local Turístico.

Por otra parte, entre los beneficios que también destaca el estudio anterior se encuentra el importante rol otorgado a la mujer en el turismo comunitario o rural. Y si retomamos el hecho de que el TC toma lugar principalmente en el espacio rural es de relevancia conocer que las mujeres representan, en promedio, “el 43% de la fuerza laboral agrícola en los países en desarrollo (desde el 20 % en América Latina hasta el 50 % en Asia oriental y el África subsahariana). Su contribución a las labores agrícolas varía aún más ampliamente dependiendo del cultivo y de la actividad de que se trate” (FAO, 2011). A la luz de estos datos es fácil suponer que cualquier oscilación en los niveles de producción agrícola así como la introducción de innovaciones a su principal actividad económica impactará positiva o negativamente sobre el trabajo de la mujer campesina. En Argentina, el turismo en el espacio rural es un negocio que brinda un gran protagonismo a la mujer “al punto que probablemente los emprendimientos encarados y dirigidos por mujeres superan el 80% de la oferta” (Barrera, 2005).

Los estudios mencionados anteriormente son una muestra de la dirección que toma una bibliografía en crecimiento. Existen estratos sociales relegados y mayorías desatendidas que se convierten en foco de atención para analistas, teóricos, funcionarios y ONGs que con distintos enfoques y distintas metodologías intentan abordar las problemáticas de esos grupos. Y en varios casos confluyen en la recomendación a los gobiernos locales sobre la creación de espacios de intercambio

de ideas entre distintos sectores para la toma de decisiones sobre el desarrollo local (Altschuler, 2006; Lorenzelli, 2003; Monasterios y Srnec, 2010). Esto permitiría que las clases más vulneradas fuesen progresivamente superando su situación inicial al exponer sus necesidades y participar en la solución de sus problemáticas en lugar de adoptar pasivamente programas o medidas en un clásico modelo de “arriba hacia abajo”. Se trata de paulatinamente ir resquebrajando, desde el Turismo, la costumbre de observar la realidad de un territorio con una mirada ajena o lo suficientemente alejada como para comprender la complejidad de un territorio. El arquetipo a imitar debiera ser entonces, la iniciativa “de abajo hacia arriba” o modelo bottom-up en donde las estrategias elegidas se amolden a las características de la comunidad y no al revés.

En un estudio que trata sobre la posible puesta en valor de un atractivo patrimonial turístico dentro de un parque nacional en San Jerónimo de Moravia, Costa Rica, Aguirre J. (2007) reconoce la importancia que tiene la consulta previa a la comunidad sobre el desarrollo de un producto turístico. Por ello indaga sobre los deseos de los habitantes con respecto a la actividad turística y los requisitos que ellos consideran necesarios para un desarrollo sustentable. Los resultados relevados mediante entrevistas dan a conocer los principales pedidos de los habitantes: buena planificación de desarrollo turístico; la existencia de “reglas claras”; periódica información para los habitantes y participación de los líderes locales en la toma de decisiones. Además, para evitar convertirse en sólo empleados, la comunidad espera recibir asistencia técnica y capacitación sobre la elaboración de proyectos ecoturísticos y ayuda para la creación de microempresas que los faculte para convertirse en empresarios. De manera que aquí los pobladores demuestran no querer ser simples espectadores, sino que ansían ser partícipes y recibir los beneficios económicos que el usufructo de su patrimonio podría producir.

Pero para que la población, a la que Mendoça e Irving (2004) denominan “nativo mudo” por su rol casi siempre marginal, pueda ser oída deben existir espacios de diálogo y concertación. Altschuler (2006) afirma que “la función del estado local debiera orientarse a la construcción de un entorno de apoyo” y que para que eso sea posible es esencial la voluntad política de promover un proceso de toma de decisiones participativas. Este rol es indelegable, el Estado es por excelencia un administrador de recursos y articulador de sectores. Su posición estratégica le otorga la responsabilidad de promover actividades productivas viables en el largo plazo. Y por ello desde el Estado no se puede ignorar al actor que siempre estará y recibirá los impactos positivos o negativos de decisiones estratégicas, los pobladores.

Tener en cuenta a los pobladores en las decisiones turísticas, no se debe meramente a una cuestión ética sino a una visión estratégica y de conveniencia operativa. En el Turismo, más que en ninguna otra actividad, la comunidad *convivirá* cotidianamente con sus resultados. No sólo verá modificar su realidad en términos de empleos e infraestructura sino que será atravesado por el contacto directo con personas “de afuera”. Su propio territorio se convertirá, tal vez por temporadas, en receptor de turistas nacionales o internacionales que contemplarán el paisaje, que utilizarán los servicios públicos, que concurrirán a los restaurantes, espacios naturales y eventos culturales, en síntesis, que consumirán allí lo que el destino les ofrezca. De esta manera, el habitante no puede ser dejado de lado o permanecer “mudo” ante decisiones turísticas, ya que su aceptación o no del turismo afectará directamente sobre la sostenibilidad de la actividad. El turista no busca ser rechazado en el lugar que elige para vacacionar, pero eso puede suceder si el habitante se manifiesta claramente en contra de la presencia de aquel (Okazaki, 2008). Ello perjudicaría la imagen del destino y erosionaría paulatinamente su desarrollo al reducirse las llegadas

y los ingresos turísticos. Por todo ello el habitante no puede convertirse en “opositor” sino en aliado en la estrategia turística.

Para evitar resultados no deseados como los mencionados anteriormente, lo recomendable es llevar adelante una gestión participativa.

2.3 La Gestión Participativa en el Turismo Comunitario

La Gestión Participativa recoge las enseñanzas y postulados del Desarrollo Local y la Democracia participativa. Entonces, estamos nuevamente frente a “esa cosa lenta y farragosa llamada participación ciudadana” (Alberich, 1999) donde el objetivo no es otro que transformar a los sujetos pasivos e individualistas en actores asociados que intervienen en las decisiones de desarrollo. Con todo, al mismo tiempo que la gestión participativa brinda oportunidad de expresión y derecho a ser escuchado, también demanda responsabilidad por las decisiones tomadas y compromiso con el rol adoptado en la sociedad (Telles, Gândara, Fontoura y Sperb, 2011).

Alberich (1999) al hablar sobre la gestión participativa afirma que:

El objetivo que persigue la participación en los asuntos públicos, no es otro que darle contenido y ampliar la democracia (democracia significa «gobierno del pueblo»). En contraposición, cuando en un país sólo se practican algunas de las libertades básicas (voto cada cuatro años y libertad de expresión) podemos hablar de democracia formal.

Entonces, la gestión participativa significaría superar los mecanismos de representación y enriquecer los instrumentos constitucionales que hoy son considerados como propios de la democracia (Mujica, 2005). Respecto de la participación en las decisiones de índole turística Inostroza (2008) nos explica que “la discusión promueve que las decisiones se adopten con un mayor grado de razonabilidad y que los impactos positivos que se generen por las intervenciones (turísticas) sean mucho más contundentes”.

En la Gestión Participativa se pueden distinguir distintos tipos de participación según el vínculo que se establece entre el Estado central y los ciudadanos. En el primer nivel encontramos Acceso a la información (de arriba hacia abajo), luego continúa con la Consulta y el Debate hasta llegar a la Gestión compartida. Y es a través de esta última que sería finalmente posible “la existencia de un control real y público sobre las actividades del Estado y el Mercado” (Alberich, 1999). La presente tesis se nutre de experiencias turísticas que avanzan en este sentido.

Así vemos que en el estudio sobre turismo de base comunitaria en Prainha do Canto Verde (Mendoça e Irving, 2004) las autoras se proponían evaluar la participación de los actores sociales en los proyectos turísticos del lugar. Y para ello no sólo consideraron necesario distinguir el tipo de participación sino además el grado de importancia de las decisiones en las que se participa, así Mendoça e Irving (2004) citaban a Bordenave (1995, p.17) quien organiza las decisiones posibles en seis niveles: 1) la doctrina y política de una institución; 2) los objetivos y definición de estrategias; 3) los planes, programas y proyectos; 4) asignación de recursos y administración de operaciones; 5) ejecución de las acciones y 6) evaluación de resultados. En la conclusión de dicho trabajo se resalta que efectivamente la comunidad transitó todos los grados de toma de decisiones participando activamente en la elaboración y ejecución de un proyecto turístico (Mendoça e Irving, 2004).

La gestión participativa incluye a todos los actores sociales afectados directa o indirectamente por la actividad turística. Pero estos actores debieran tener formación

técnica mínima para poder participar con conocimiento en el debate sobre el desarrollo. Y esto es algo que los mismos referentes o representantes de las comunidades reconocen y que se puede evidenciar en varias investigaciones cuando las comunidades demandan principalmente capacitación en materia turística (López-Guzmán Guzmán y Sanchez, 2009; Trejos, 2009; Inostroza, 2008; Popovich y Toselli, 2006; Aguirre J., 2007; Cioce et al., 2007).

Finalmente, hay que reconocer que la planificación participativa es mucho más visible en documentos y artículos académicos que en la realidad (Telles et al., 2011), lo que significa una limitante para la demostración de sus beneficios aunque no para su comprensión.

2.4 El ciudadano en el Turismo Comunitario

Desde hace décadas, y por las causas que se explicaron al inicio, se ha estado generando una base teórica con una visión más integral sobre el desarrollo y con la novedad de incorporar el aspecto territorial. Desde distintos ángulos el territorio ha sido colocado en escena a través de teorías que giran alrededor del Desarrollo Local, del Capital Social, del Desarrollo Sustentable y del Desarrollo a escala humana entre otras. Tales tendencias que con sus diferencias buscan solucionar la misma problemática, en tanto pretenden torcer el camino hacia ese destino incierto que traería aumento de la pobreza estructural y profundización de la inequidad social; progresivamente van consolidando una masa crítica que repiensa el presente como fuente de soluciones más amigables con el medio ambiente y menos brutales con los estratos más vulnerables. Dentro de este esfuerzo colectivo que tiende a, en palabras de Boisier (2001) un “re-entrenamiento mental” ya que cuestiona las premisas que preconizaban, entre otros, el crecimiento infinito y el efecto derrame, ubicamos al Turismo Comunitario como la faceta comprometida del Turismo.

“Uno de los mayores peligros que enfrenta el ciudadano es su desaparición en manos del rol de consumidor” afirma Gudynas (2004) poniendo sobre la mesa el resultado que el crecimiento material trajo sobre nuestras vidas. Las interacciones sociales se traducen en intercambios comerciales cuando el acceso a casi cualquier cosa se cobra siempre a través del mismo peaje: el consumo. Al respecto Mujica (2005) amplía con lo siguiente:

El principio de que una persona es igual a un voto es reemplazado por el principio de que una moneda es igual a un voto, y la libertad entendida como capacidad de autodeterminación, de poder tomar las propias decisiones, es sustituida por la capacidad de producción y consumo que tienen las personas. O sea, en la medida que produzco más valgo más, pero no sólo en el sentido económico sino que también valgo más como ciudadano.

Y aquí cabe recordar que el TC no es un subproducto turístico, es una forma de hacer. Es un plan para la acción que pone en jaque los preconceptos sobre las funciones sociales de cada actor, el know-how de las grandes empresas y el rol del Estado. En el TC hay una interpelación directa hacia la función que tiene el habitante en su calidad de ciudadano, en tanto no debe desestimar su derecho a formar parte del proceso decisorio sobre la temática turística.

Como parte de esa interpelación, desde el TC se propugna reflexionar desde la concepción de los proyectos turísticos sobre la aceptación o rechazo que despertaría en la comunidad, la conveniencia y la viabilidad en el largo plazo. Una manera de transformar cómo se piensa un emprendimiento es aplicando la visión «hacia adentro», en oposición a la elaboración de ideas que requieren de muchos recursos

con los que no se cuenta. Con ese puntapié inicial se partiría de los recursos que actualmente se poseen para idear cuál es la actividad más viable y que mantenga una relación más armónica con el entorno.

Ahora bien, para sintetizar la información hasta aquí ofrecida expondremos a continuación una lista de los rasgos más característicos de los emprendimientos de Turismo Comunitario.

2.5 Resumen de características del Turismo Comunitario

- ✓ La **gestión local** es el rasgo distintivo principal porque implica la participación de la comunidad en la planificación, administración y control de la actividad turística.
- ✓ Se trata de una forma de gestión en lugar de un producto turístico en particular.
- ✓ Apunta hacia el **Desarrollo Local**:
 - Toma lugar principalmente en las áreas rurales.
 - Implica desarrollo a través de recursos propios (capacidades, conocimientos, formas propias de organización, liderazgos).
 - Busca la preservación de la Identidad cultural.
 - Revalorización del patrimonio cultural y natural.
 - Procura ser ambientalmente sostenible.
 - Cobran importancia los emprendimientos de la Economía Social.
- ✓ **Los residentes son protagonistas** del desarrollo y no sujetos pasivos:
 - Es una herramienta de defensa de derechos territoriales para las comunidades originarias.
 - Revalorización y rol activo de la mujer.
- ✓ El proceso de toma de decisión es **participativo y democrático**.
- ✓ **El TC es adaptable al territorio**, por ello **no hay un modelo único de TC** aplicable universalmente.
- ✓ En el TC los residentes se convierten en **ciudadanos**.
- ✓ Es una alternativa al avance de la frontera agraria basada en el monocultivo.
- ✓ Facilita la diversificación productiva y la dinamización de la economía local.
- ✓ Recomendado por organismos internacionales como **estrategia para la lucha contra la pobreza**.

3. UNA ALTERNATIVA DE GESTIÓN PARA EL TURISMO COMUNITARIO

Por lo expuesto anteriormente sobre las particularidades del TC, consideramos que para llevar a cabo dichos proyectos comunitarios es necesaria una forma de gestión que se comparezca con los objetivos de desarrollo perseguidos. Las grandes empresas tradicionales de la Industria de Viajes y Turismo han demostrado que su estructura y administración le han valido el éxito en la consecución de su objetivo de maximizar ganancias. Y esto probablemente se deba a una misma y coherente lógica que rige todo el sistema y direcciona todos los esfuerzos hacia la ansiada meta. El siguiente gráfico sintetiza esta situación:

FIGURA 7



Fuente: *Elaboración propia*

La concordancia entre medios y objetivos demostrada en el gráfico es la lección a aprender en el Turismo Comunitario.

En el TC la acumulación y concentración de utilidades no es precisamente el objetivo final. Por el contrario, la meta pretendida es el Desarrollo Local a través del empoderamiento de los sujetos que conforman una comunidad. Y por ello aquel sistema que defina y ordene los esfuerzos y acciones del TC, no puede ser igual al utilizado en las empresas convencionales. Los emprendimientos en el TC precisan de una estructura más bien democrática que se amolde a las características y recursos de una comunidad, permitiendo una mayor participación en la toma de decisiones. Pero entonces ¿cuál puede ser *el medio* apropiado para alcanzar los objetivos del Turismo Comunitario?

Ruiz-Ballesteros & Solís (2007) nos ayudan a empezar a contestar esta pregunta cuando afirman que "el turismo comunitario se entendería mejor desde la Economía Social y las economías populares que desde el sector turístico tal cual, ya que su elemento definitorio es su organización comunitaria". Es decir, según los autores la respuesta a la problemática entonces debe encontrarse dentro del campo de la Economía Social.

La Red de Turismo Comunitario Sostenible de América Latina (REDTURS), que es un organismo dependiente de la OIT, preconiza la adopción de *modelos asociativos* para la articulación eficiente de la oferta de servicios turísticos, su inserción competitiva y el uso sostenible del patrimonio comunitario. La OIT (2005) por su parte y basándose en

la labor de REDTURS, publica el documento *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario* en el cual exhibe un interesante concepto de Turismo Comunitario:

“el Turismo Comunitario es toda forma de **organización empresarial** sustentada en la propiedad y la **autogestión** de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a **prácticas democráticas y solidarias** en el trabajo y en la **distribución de los beneficios** generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes”.

Esta definición, como vemos en las palabras resaltadas, pone el acento en la organización empresarial del Turismo Comunitario y le adjudica rasgos que son propios de la Economía Social. De hecho, el mismo documento publicado por la OIT considera que cualquier organización empresarial del TC se denomina genéricamente *empresa comunitaria* y que ésta “forma parte de la Economía Social, o del llamado Tercer sector, al igual que las cooperativas, asociaciones, mutuales y otras formas de producción fundadas en los valores de solidaridad, cooperación y autogestión en busca de la eficiencia económica que genera la lógica asociativa”.

Entonces, por lo expuesto anteriormente ya conocemos que la respuesta que buscamos o mejor dicho, el *medio* que se requiere para alcanzar los objetivos del Turismo Comunitario, pertenece a la Economía Social y que además es un tipo de *empresa comunitaria*. Por consiguiente estamos en condiciones de introducir el segundo elemento más importante de nuestra tesis, que es **la cooperativa**.

Efectivamente, nuestra tesis indaga sobre el potencial que tiene específicamente la cooperativa para convertirse en una opción empresarial para auxiliar y/o complementar la tarea comunitaria del Turismo. Por ello, para avanzar sobre la investigación de esta posibilidad, ofrecemos a continuación dos acercamientos teóricos distintos y en tercer lugar una entrevista para conocer una experiencia de un emprendimiento argentino de Turismo Comunitario que se gestiona a través de cooperativas:

- 3.1) Repaso y profundización sobre algunas características propias de las cooperativas para detectar sus similitudes con el Turismo Comunitario.
- 3.2) Presentación de un caso particular en donde la bibliografía consultada relaciona directamente a la actividad turística con las cooperativas.
- 3.3) Entrevista a representante de la Federación Misionera de Cooperativas de Turismo (Fe.M.C. Tur.)

3.1 Características de la cooperativa

- *Es una organización de la Economía Social*

La cooperativa es más que una empresa ya que no solamente alberga un sistema tecno-procedimental, sino que es una organización con un sistema socio-estructural y cultural. Además, es al mismo tiempo *asociación* y *empresa*. La conjunción de la *asociación* de personas con la *empresa* económica tiene un doble objetivo económico y social, donde el excedente económico es el medio y no el fin y se distribuye al asociado de acuerdo al uso de los servicios (Dávila, 2005).

La cooperativa es una organización colectiva con carácter social puesto que es una fórmula para enfrentar necesidades o problemas que afectan a varias personas de

manera concomitante. Aunque la percepción del problema haya sido individual, constituir una cooperativa es una manera inmediata de buscar una solución aplicando los beneficios de la economía de escala de una comunidad (Bastidas, 2004).

Por pertenecer a la Economía Social, la Gestión cooperativa se trata de una herramienta accesible y popular porque “no exige que sus miembros reúnan condiciones alejadas de la posibilidad de la mayoría” (Kaplan de Drimer y Drimer, 1977). Las entidades de economía social no requieren de grandes cuantías de capital para su constitución y tampoco de un número elevado de socios y las forman personas comprometidas con su territorio (Mozas y Bernal, 2006). Esto permite que, por ejemplo, en regiones con un modelo productivo pobre en cuanto a estructura y tamaño de la explotación, el uso de modelos asociativos como la cooperativa pueda resolver problemas de atomización empresarial (Fernández y Puig M., 2006).

- El arraigo local

Los asociados de las cooperativas se unen y participan movilizados para satisfacer necesidades cuyo denominador común es el territorio. El territorio mantiene una retroalimentación constante con las interacciones sociales y ecológicas que en él toman lugar, y al mismo tiempo que configura la vida de sus habitantes también es objeto de transformaciones provocadas por las formas de ocupación y utilización del espacio por parte del hombre. De esta manera, cuando en un territorio emergen ciertos problemas sociales y locales (producidos no necesariamente por decisiones propias del lugar) también se produce una reacción (positiva o negativa) social y local de quienes habitan allí. La organización social como respuesta es la alternativa constructiva para la resistencia y superación de un problema de esa índole. Y una forma de ordenar las voluntades y dirigir las hacia la solución de una problemática local es la organización cooperativa; porque de hecho esta es la razón de su existencia. El fenómeno cooperativo tiene base local y es de representación territorial porque nace con la voluntad de servicio de sus asociados que trabajan de manera conjunta para sortear problemas a los que el territorio los enfrenta (Iglesias y Piriz C., 2007; Tous Z. y Ciruela L., 2005). En palabras de Bastidas (2004):

La cooperativa busca servir a quienes las constituyeron y a su colectividad por ello cada cooperativa tiene “anclaje espacial natural” (...). Es así como lo local se convierte en el espacio mínimo vital de las cooperativas, en su espacio de acción inmediato; en aquel donde, por el simple hecho de habitar quienes la constituyen, está la mayoría de los problemas básicos.

El arraigo local de las cooperativas moviliza a la participación, “la participación efectiva de los socios en los procesos reales va unida a su adscripción territorial. Este hecho hace que individuos organizados en cooperativas sean capaces de mejorar su propio bienestar actuando directamente sobre los factores que pueden afectarles reforzando el sentimiento de pertenencia al territorio” (Buendía M. y Pires M. L., 2000). En el mismo sentido Iglesias y Piriz Carillo (2007) afirman que donde la cooperativa recibe mayor participación de sus asociados, es en aquellas zonas donde el impacto de la globalización fue menor, donde el espacio de referencia social es el propio y finalmente donde prevalece un sentido de pertenencia.

Carpi (2001) citado por Fernández y Puig M., (2006) afirma que gracias a “su relación estrecha con la sociedad civil”, las cooperativas pueden convertirse en un instrumento estratégico de cambio social, para la producción de un nuevo estilo de vida. Una nueva forma de vida que surja desde las bases y que desde allí constituya una valiosa herramienta de planificación democrática.

- *La Identidad de la cooperativa = la Identidad de los asociados*

El arraigo local diferencia a las cooperativas de las grandes empresas tradicionales cuyos dueños o accionistas no tienen relación con el entorno en el que se asientan sus capitales. Mientras que **la empresa** se radica por factores de competitividad, tal vez seducida por el bajo costo de la mano de obra (salarios bajos y cargas sociales no obligatorias), por menores cargas impositivas, por incentivos gubernamentales, por cercanía a los centros urbanos o acceso a los recursos naturales; las cooperativas por su parte “muestran su compromiso con el desarrollo de las zonas en las que operan a través de la participación, promoción y realización de una variedad de actividades de carácter local, social y cultural” (Fernández M. y Puig M., 2002).

La empresa tiene una identidad y objetivos propios que no coinciden con los de sus trabajadores y se trata de un modelo burocrático que tiende hacia su autoreproducción (Bastidas, 2004). En cambio, **la cooperativa** se trata de una “empresa de empresarios” (Buendía M. y Pires M. L., 2000) en la que sus integrantes son simultáneamente trabajadores/usuarios y dueños de la empresa (San Pedro, 1987) por tanto la misma nace y evoluciona a la par de la evolución de las necesidades de sus asociados, los cuales junto al territorio le dan su nombre e identidad.

- *La participación como regla*

Bastidas (2004) afirma que “el cooperativismo es participación” y dicha característica está expresa claramente en el Principio Segundo del Cooperativismo: el “Control democrático por los asociados”. En él se explica que las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros. Los asociados participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones y lo hacen por medio de la Asamblea General en donde cada hombre y mujer asociados tienen igual derecho de voto (un miembro, un voto) (ACI, 1995).

La participación de los asociados en las cooperativas persigue el objetivo último de ampliar las facultades de las personas para participar de una democracia más activa, ya que mediante el debate y el intercambio de ideas se determinarán pasos a seguir en pos de ofrecer solución a un problema local. Asimismo, según Moirano (1998) la participación debe ser hecha con convicción porque “las únicas cooperativas exitosas son aquellas en las cuales sus asociados actúan convencidos de que el medio elegido es el único viable y valido para hacer frente a un estado de necesidad”.

La máxima expresión de la participación es la *autogestión* y a ésta deben apuntar todas las cooperativas que pretendan “trascender sus estructuras y socializar sus rasgos haciendo contrapesos a la Globalización” (Bastidas, 2004). La autogestión proviene del correcto ejercicio de los principios cooperativos. Mediante la autogestión toda la acción empresarial, en todas sus facetas, se efectúa con el concurso de los mismos asociados permitiendo que todo el desarrollo y aprendizaje sean colectivos (RULESCOOP, 2009).

Pero además “el acto participativo debe efectuarse sin presiones ni contraprestación y además, debe superar las responsabilidades asignadas, ir más allá, agregarle el valor de lo voluntario” (Bastidas, 2004). No se trata de abonar una cuota mensual, votar por los miembros del Consejo de Administración y luego trabajar impasiblemente frente a los problemas de otros asociados o de la comunidad que los rodea; la esencia de la cooperativa también reside en la *solidaridad* y el *compromiso* que ella demanda. Por ello, así como los asociados deben conocer e interpretar la información de mercado pertinente para colaborar con el desarrollo empresarial, también deben ser proactivos en materia de colaboración con el resto de los asociados y compañeros de otras cooperativas.

Respecto de la participación política, las cooperativas deben mantener neutralidad política, sin embargo Moirano (1998) nos aclara que dicha neutralidad política se refiere a cuestiones político-partidarias dentro de la cooperativa, lo que no presupone la indiferencia frente a los grandes problemas nacionales ya que esto no es aceptable en el movimiento cooperativo. Dicho compromiso forma parte de reconocer y entender la permeabilidad de cualquier organización sumergida en la atmósfera política de un país.

- Distribución equitativa de beneficios

“Las sociedades cooperativas son empresas cuyo objetivo no es la búsqueda desenfadada por el lucro o rentabilidad del capital, pero sí el uso común del dinero del grupo de asociados” (Da Silva y Ratzmann H., 2008). Esta afirmación puede evidenciarse en el Principio Cuarto del Cooperativismo: la “Participación económica de los asociados” establece que los miembros contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa, y que por lo menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa.

Divar y Gadea (2007) sostienen que la sola participación política termina siendo meramente un acto formal y ritual, por tanto es el legítimo derecho de participación económica de los socios, lo que produce una auténtica sociedad democrática. Y además agregan que “la participación económica es efecto necesario de la justicia social”.

La Asamblea como órgano máximo de decisión es el espacio donde la *democracia económica* se vuelve una realidad. Allí la toma de decisiones es colectiva lo que colabora con la sustentabilidad de la organización. La Asamblea otorga voz y voto a sus miembros para decidir sobre el desarrollo de una actividad y el destino de los ingresos obtenidos.

Respecto de los resultados económicos obtenidos, desde un enfoque conceptual en las cooperativas no existen las ganancias, ya que su función es de servicio y no de lucro, por ello cualquier sobrante arrojado en los balances, en lugar de ganancias se denomina excedente. Dicho excedente “es resultado de un error de cálculo de los costos de la actividad” (Moirano, 1998). Los asociados no sólo tienen derecho a elegir libremente a quien administrará la organización, sino también tiene el derecho a tomar decisiones sobre el destino que se le dará a ese excedente ya que esta es la manera de respetar las principios y hacer posible “el pleno ejercicio de la democracia económica” (Panzoni, 1958).

Por otra parte, existen los llamados fondos irrepartibles. Estos fondos son las reservas de la cooperativa que no están disponibles para su distribución entre los asociados y cuyo objetivo es garantizar el funcionamiento de la cooperativa aún cuando los cooperativistas fundadores ya no se encuentren en ella. De esta manera la cooperativa no sólo brinda sus servicios a sus asociados del momento sino de los futuros socios y de toda la sociedad (Bastidas, 2004).

- Tiene la capacidad para satisfacer necesidades sociales

La cooperativa cumple principalmente una función de servicio (San Pedro, 1987). Quienes trabajan en una cooperativa, cualquiera sea su clase, sirven a una entidad de utilidad pública e interés social (Bastidas, 2004) y su esfuerzo no enriquece al patrón privado ni apuntala el privilegio o la especulación. Por el contrario, las empresas de Economía Social generan un efecto de desarrollo doble: sobre los asociados individualmente y sobre el conjunto de la sociedad (Panzoni, 1958).

La cooperativa surge como respuesta a necesidades o problemáticas locales. Y las necesidades de los asociados son la brújula que guía el rendimiento de la cooperativa, por ello, por ejemplo, frente a la descualificación de los trabajadores y la desregulación de los mercados las entidades de economía social y principalmente las cooperativas han reaccionado cubriendo carencias y/o deficiencias a las que el Estado no ha podido dar respuestas (Mozas y Bernal, 2006). Esto es algo que explica por qué muchas cooperativas brindan servicios públicos asumiendo “un grado de compromiso hacia los objetivos de carácter social que hace borrosos los límites entre la acción pública y la acción privada” (Dávila, 2005).

Respecto de su capacidad atender necesidades generando empleo, Carrasco M. & Pardo G. (1999) recuerdan que mientras que en los periodos de crisis se destruían puestos de trabajo en la empresa tradicional, las sociedades cooperativas, aún siendo en su mayoría pequeñas y medianas empresas, fueron capaces de crearlo y a la vez durante los periodos de reactivación económica supieron mantener dicho potencial. Y aún hasta los días actuales esta característica se mantiene vigente. El Director General de la OIT, Juan Somavia, en su mensaje con motivo de la 90ª Jornada Cooperativa Internacional de la ACI y del 18º Día Internacional de las Cooperativas de las Naciones Unidas, resaltó la *resiliencia* de las empresas cooperativas que incluso en épocas de crisis, demuestran su sostenibilidad y adaptabilidad. Asimismo remarcó que los ideales y la acción de las cooperativas son sumamente necesarios hoy para hacer frente a la generalización y al aumento de la desigualdad de ingresos, del desempleo, del subempleo y de la exclusión social resultante de las actuales pautas ineficaces de crecimiento (2012).

- La cooperativa educa, capacita e informa

Con una mentalidad opuesta al individualismo de los medios hegemónicos de educación, la cooperativa se convierte en una escuela de aprendizaje continuo donde los cooperativistas aprenden compartiendo y desarrollan así habilidades y capacidades sociales, organizacionales, empresariales, gerenciales, políticas y productivas (Dávila R., 2005). La educación es imprescindible para la comprensión de la herramienta cooperativa y para poder servirse de ella como un medio idóneo de promoción social, cultural y económica ya que sin educación no hay cooperativismo (Moirano, 1998).

Como dijimos, el cooperativismo es participación, pero para alcanzar la participación responsable, es necesario no saltar el primer paso que se relaciona con el acceso a la *información*. El derecho a la información está contenido en este Principio Quinto junto a la educación y capacitación en una relación lógica de retroalimentación. El acceso a la información “contribuye a la educación popular en el campo de la economía y de la técnica” (San Pedro, 2005) ya que habilita a los asociados a interpretar aquella cuantiosa información del entorno y a acrecentar su conocimiento profesional sobre el sector, mediante mecanismos alternativos a la escolarización formal (Panzoni, 1958).

La participación irrestricta pero sin conocimiento sobre una problemática no permitiría arribar a soluciones inteligentes y consensuadas. Por ello la información debe estar disponible para los asociados y además debe ser fácil de comprender. San Pedro (1987) propugna socializar la información mejorando la comunicación en la cooperativa a través de, por ejemplo, entrevistas personales, la creación de periódicos o boletines, folletos, carteles, reuniones o discusiones en grupo. Esta recomendación guarda estrecha relación con el hecho de que el intercambio de información entre cooperativistas se da casi exclusivamente en las Asambleas de asociados como

advierde Agirre (2001), lo que podría derivar en una debilidad comunicativa en lugar de potenciarse como una fortaleza de los recursos humanos.

Más aún, la circulación de información no debe permanecer circunscripta al interior de la cooperativa. El movimiento cooperativo posee un contenido social doctrinario que debe ser conocido, entendido y defendido por sus protagonistas. Por tanto los asociados deben darse a la tarea de difundir y promover el cooperativismo en la comunidad como parte de la estrategia de fortalecimiento y expansión del movimiento (Moirano, 1998). En ese sentido Panzoni (1958) recuerda el rol inestimable de la Universidad Pública que se suma al coro de voces en defensa del Cooperativismo y divulgación de los beneficios de trabajar para el bien común y no para el enriquecimiento individual.

No se trata de abrir las puertas a la comunidad sino de lograr que sea la comunidad quien abra sus puertas al cooperativismo y a la Economía Social. De esta manera la cooperativa no solo contribuye a la formación de los socios sino que desarrolla y afianza la capacidad de aprendizaje, creatividad e implicación de la población (Carrasco M. & Pardo G., 1999).

- Cooperación entre cooperativas

La conformación de *federaciones* pone en práctica el Principio Sexto de “Inter-cooperación”, es decir, la cooperación entre cooperativas que prestan servicios de todo tipo y que por supuesto, se rigen bajo los mismos valores de solidaridad y autogestión. La Inter-cooperación ofrece un abanico de servicios a sus asociados liberando así a una cooperativa de desempeñar por si misma nuevas tareas o funciones que suelen exceder sus posibilidades inmediatas (Kaplan de Drimer&Drimer, 1977).

La conformación de una red o federación es parte de la gama de prácticas transformadoras de la Economía Social que permite:

“que los propios actores se posicionen por encima del espacio marginal en el que generalmente se encuentran. Si distintas cooperativas (pequeñas y medianas) se agrupan en una federación que actúe como un todo, eso permitiría resolver los problemas de escala, y al mismo tiempo fomentaría la incorporación de nuevas cooperativas al grupo, lo cual derivaría en mayores beneficios para la comunidad” (Monasterios & Srnc, 2010).

Mozas y Bernal (2006) por su parte, no descartan la posibilidad de crear redes a nivel local, regional, nacional e internacional para mejorar el desarrollo e intereses de quienes conforman una federación. Y esto no es pretensión de crecimiento irracional, sino una forma de reconocer que como dice Bastidas (2004) “la cooperación entre cooperativas y una autogestión que rebase los límites de una cooperativa proyectándose a las comunidades deberían ser para el cooperativismo un solo proceso en marcha. Sin la integración pueden existir cooperativas mas no cooperativismo”. Además, se trata de cooperar entre cooperativas para la promoción y defensa de los intereses del sector (Moirano, 1998).

- Apunta al Desarrollo Local

El Principio Séptimo sobre “Preocupación por la comunidad” establece que a la vez que las cooperativas atienden las necesidades de los asociados, también trabajan en pro del desarrollo sostenible de sus comunidades (Moirano, 1998).

Por su parte, según Puentes & Velasco (2009) los principios y valores cooperativos convierten a la cooperativa en un agente social imprescindible para contribuir con el desarrollo sostenible debido a que es un método de trabajo social para resolver problemas de la comunidad y alcanzar la trascendente finalidad de poner la economía al servicio de los valores humanos. Al respecto y de manera simple y categórica Bastidas (2004) asegura que “el eslabón entre el desarrollo local y el cooperativismo está en que las cooperativas aportan soluciones acertadas a los problemas más inmediatos de la población y esos problemas están en el ámbito local”.

Mozas y Bernal (2006) citan a Montero (1997, p.135) quien apunta que las entidades de economía social favorecen el desarrollo local debido a los siguientes rasgos:

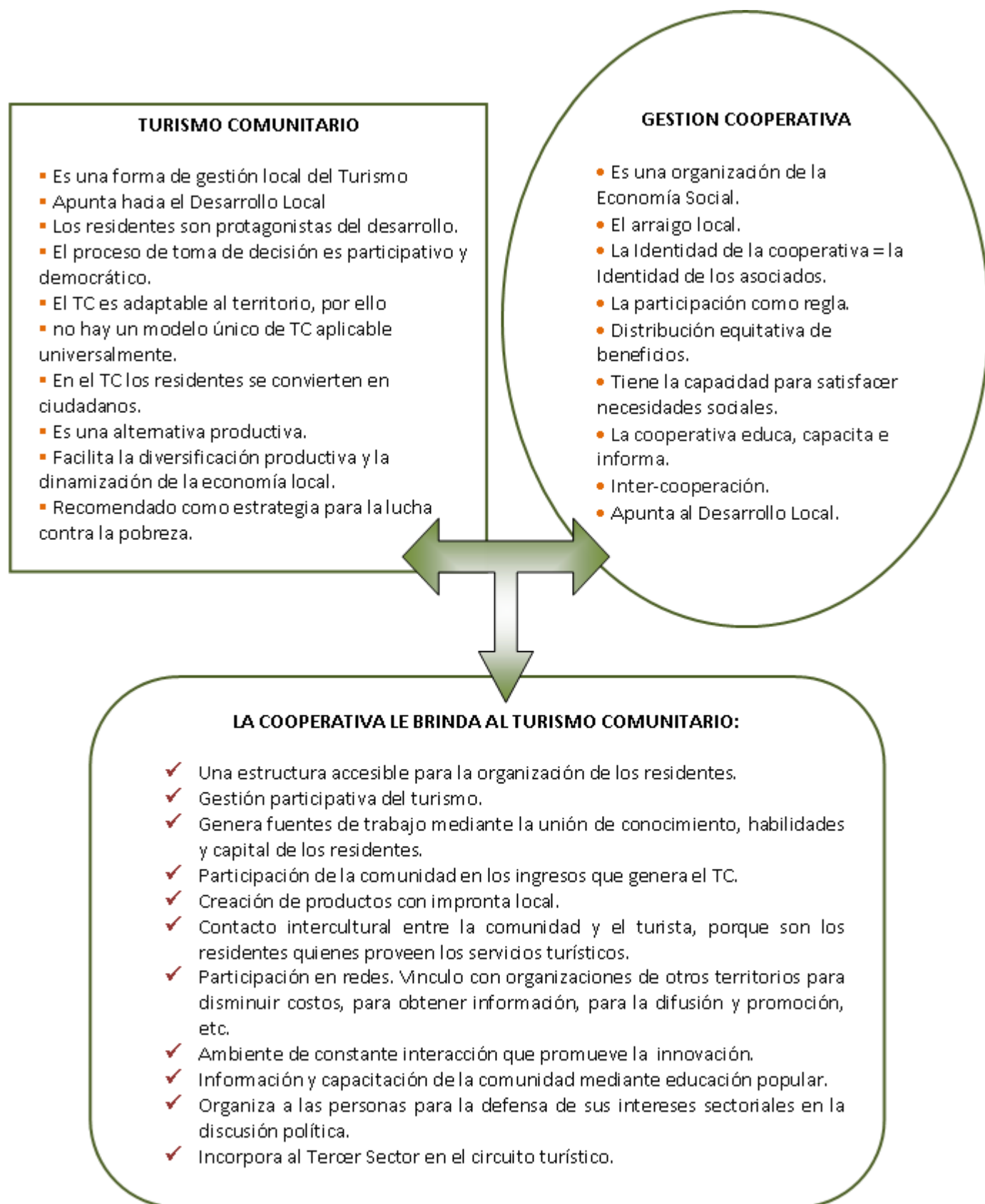
- Tienen capacidad para acompañar el desarrollo tecnológico y local.
- No hay riesgo de traslado o cierre selectivo. Los actores o emprendedores residen en ese territorio, con lo que la deslocalización de las empresas creadas por este tipo de personas no corren ese riesgo.
- Fomentan la formación y la continuidad en el empleo.
- Provocan efectos impulsores de la cohesión económica y social.

Finalmente, para concluir con la caracterización de las cooperativas citamos a la OIT (1966, citada por Buendía M. y Pires M. L., 2000) la cual considera que éstas son un medio para:

- Mejorar la situación económica, social y cultural de las personas con recursos y posibilidades limitados.
- Contribuir a la economía con un elemento más amplio de control democrático de la actividad económica y la distribución equitativa de excedentes.
- Aumentar las posibilidades de empleo.
- Mejorar y completar los servicios sociales.
- Elevar el nivel de educación general y técnica de los socios.

Teniendo en cuenta las características del Turismo Comunitario vistas en páginas anteriores y los aspectos más llamativos de las cooperativas, introducimos el siguiente cuadro que sintetiza la relación entre ambos objetos de estudio:

FIGURA 8



Fuente: *Elaboración propia*

Como conclusión de este abordaje y de la síntesis expuesta en el gráfico podemos afirmar que: *El Turismo Comunitario encuentra en la Gestión Cooperativa un **medio** idóneo para alcanzar sus objetivos*. Por lo que ahora estamos en condiciones de concretar el siguiente cuadro:

FIGURA 9



Fuente: *Elaboración propia*

3.2 UN CASO PARTICULAR: LA COOPERATIVA AGRARIA Y EL TURISMO RURAL

En la teoría pudimos encontrar una relación explícita de sinergia entre la cooperativa y la actividad turística que se introduce a continuación.

Por lo explicado en secciones anteriores, hemos entendido que el espacio rural global ha venido transitando un camino de empobrecimiento conforme se fueron agudizando los procesos de liberalización de los mercados internacionales y concentración de la distribución alimentaria (Juliá I. y Marí V., 2003) y que las comunidades rurales han ido generando iniciativas locales en su afán de sobrellevar aquella situación.

En ese sentido muchos pequeños y medianos productores han descubierto que para poder continuar desarrollando sus actividades agrarias, es conveniente agruparse entorno a cooperativas. Es que, así como el origen de la cooperativa de Rochdale fue motivado por una necesidad común de un grupo de trabajadores, las cooperativas agrarias surgen por la necesidad de los productores de mejorar su margen de ganancia tan erosionado por los vaivenes de los precios internacionales. La organización cooperativa, al unificar capital disperso, conocimiento y experiencia, les permite a los productores ganar una posición más ventajosa en el mercado de productos agrarios que la que hubiesen logrado cada uno de manera individual.

La estrecha relación entre la cooperativa, el espacio rural y la actividad agraria se explica por las siguientes razones:

- “La cooperativa constituye probablemente la principal estructura organizada profesional y estable implantada en el medio rural” (Juliá I. y Marí V., 2003). El medio rural las aloja de manera natural ya que demanda alternativas económicas para resolver, entre otros, el creciente éxodo de su población. El problema del mantenimiento de la población rural no deriva sólo de la baja renta sino también de las condiciones e imagen social que supone el trabajo agrario. La cooperativa organiza campesinos y productores sin demandar grandes inversiones de capital y aliviana las tareas agrarias mediante el trabajo organizado (Kaplan de Drimer y Drimer, 1977) atendiendo de esta manera a un doble frente: remunerar el trabajo y conseguir el relevo generacional para evitar el abandono de los cultivos.

- El grado de tecnificación actual con que cuentan las grandes empresas de agronegocios ha permitido incrementar la productividad del factor tierra y del factor trabajo reduciendo las necesidades de superficie cultivable y de mano de obra por unidad producida. En este contexto, los pequeños y medianos productores que deseen participar en el aprovisionamiento de la demanda global de alimentos deberán buscar mecanismos para aumentar su competitividad, y es allí donde la organización cooperativa resulta sustancial para mejorar la posición negociadora de los productores y que éstos participen en mayor medida del valor agregado de la producción (Juliá I. y Marí V., 2003).

- Las cooperativas agrarias son principalmente del tipo de *colocación de la producción* y están formada por pequeños y medianos productores que unen capital para vender su producción en condiciones más favorables a las que normalmente les ofrece el intermediario o red de intermediarios. La cooperativa de colocación ofrece la producción directamente a su comprador al mejor precio sin depender del intermediario abusivo, el cual al poseer un acceso monopólico a la información de mercado realiza transacciones siempre en su único provecho, pagando cifras mínimas a los productores. Al respecto, Panzoni (1958) afirma que los problemas morales y económicos relativos al abuso por parte de intermediarios, desaparecen en la cooperativa debido a la consciencia de bien común y porque cuando la cooperativa actúa como intermediaria y accede a aquella información de mercado que antes le era negada, no la acumula sino que en cumplimiento de sus principios, la distribuye para conocimiento de todos y para optimizar el proceso de toma de decisiones.

En síntesis, vemos que los productores rurales encuentran en la organización cooperativa una herramienta que les permite mejorar la *competitividad* de sus productos.

No obstante, dado que el espacio rural sufre además las consecuencias del cambio climático que trae consigo desertificación y pérdida de fertilidad de los suelos, el aumento de la competitividad del sector primario resulta necesario pero no suficiente. Aún hace falta una *diversificación económica productiva* de la ruralidad que permita conseguir rentas alternativas que no estén atadas a factores como la variabilidad de precios, la dificultad de acceso a mercados internacionales, fluctuaciones en la producción y estacionalidad de la producción. Y aquí es donde entra nuevamente en escena la actividad turística.

Ciruela L. y Tous Z. (2005) nos explican que la agricultura como actividad tradicional ve reducida actualmente su capacidad de constituirse como la única fuente de

subsistencia de miles de agricultores, por tanto es necesario dirigirse hacia a actividades, que aunque relacionadas con esta, no se basen en la actividad agrícola. Al respecto Buendía M. y Pires M. L. (2000) introducen el término de pluriactividad para caracterizar a las «nuevas ruralidades», las cuales son producto de una reorganización del espacio que privilegia los aspectos no agrícolas. En ese contexto el movimiento cooperativo no puede quedar rezagado sino que debe abrirse a la pluriactividad e incluir actividades de, por ejemplo, ocio y turismo, aunque siempre adaptándolas a sus posibilidades productivas y en sintonía con sus principios.

Fernández M. y Puig M. (2002) defienden la posibilidad de avanzar con proyectos de Turismo Rural basados en cooperativas, ya que consideran que gracias a la visión integral y democrática implícita en estas asociaciones se podrán sortear las amenazas comunes que sufre el Turismo Rural, como son: convertirse en un nuevo monocultivo y anular la sustentabilidad del turismo, reproducción del modelo de “sol y playa” y deterioro del medioambiente. Según los autores la primacía de la persona en el cooperativismo asegura que el emprendimiento turístico responda a expectativas de los habitantes del territorio y no a los intereses de agencias de turismo convencionales.

El trabajo de Ciruela L. y Tous Z. (2005) considera que la aproximación de la actividad turística a la actividad agraria es conveniente para optimizar la potencialidad de la cooperativa y prestar mayores servicios a los asociados, además el turismo lograría ensanchar el espectro productivo aprovechando la estructura organizativa pre-existente de la asociación. Los autores encuentran seis razones adicionales que justifican la comunión de ambas actividades:

1. La obtención de una renta adicional previene el abandono de las explotaciones.
2. El cooperativismo comparte los ideales del desarrollo sustentable por tanto el beneficio social se encuentra entre sus objetivos. Asimismo, integrar al turismo en la cooperativa asegura la participación de los habitantes en las decisiones sobre el uso de sus recursos naturales.
3. La cooperativa mantiene mayor sintonía con el desarrollo endógeno y garantiza que los beneficios económicos obtenidos volverán a la comunidad, a diferencia de lo que ocurre con muchos emprendimientos rurales llevados adelante por inversores externos.
4. Los establecimientos agrícolas pueden ser comercializados como alojamiento para turistas y la cooperativa puede encargarse del control de calidad de las viviendas.
5. La actividad turística permite reducir costos de mantenimiento del establecimiento agrario.
6. En el caso de cultivos con marcada estacionalidad, el turismo puede significar una renta extra durante el resto del año.

Con lo expuesto hasta ahora podemos tomar conocimiento de los beneficios y razones para aprovechar una sinergia entre la cooperativa agraria ya existente y el Turismo Rural que su suma y se asienta sobre los recursos propios de los productores - desde las instalaciones hasta los lazos de confianza ya forjados - para ofrecer una posibilidad económica adicional para la supervivencia y desarrollo de los asociados. Es decir, hasta aquí tenemos una propuesta que se puede representar con la siguiente fórmula:

FIGURA 10



Fuente: *Elaboración propia*

De la fórmula se pueden distinguir los roles que juegan sus componentes. Por un lado tenemos dos actividades económicas (y sociales): la actividad agraria y el Turismo Rural; y por otro lado encontramos un sistema de gestión: la organización cooperativa. El rol de la cooperativa es gobernar la actividad productiva, es decir, mientras la actividad económica define el “qué” o cuál es el medio para alcanzar un objetivo, la cooperativa direcciona “cómo” se llevarán a cabo las acciones en pos de garantizar una distribución democrática y equitativa de los resultados. La cooperativa gobierna los sectores en los que se diversifica porque posee la capacidad para realizar actividades variadas, distribuir el riesgo y rotar entre actividades estacionales para mejorar el rendimiento integral (Fernández M. y Puig M., 2002).

Como podemos ver la teoría citada recomienda la diversificación de la cooperativa agraria hacia el Turismo Rural, y en dicha relación el Turismo Rural es considerado una herramienta económica de la cooperativa agraria. Ahora bien, la presente tesis recoge la fórmula anterior y sostiene que la misma es susceptible de ser modificada para introducir otra relación de sinergia entre la actividad turística y la cooperativa.

Si recordamos que el Turismo Comunitario pretende ser gestionado por la comunidad para alcanzar el Desarrollo Local y que las cooperativas, que tienen raíz en las comunidades locales, apuntan a satisfacer las necesidades de sus asociados apoyándose en mecanismos de democracia, solidaridad y equidad; entonces consideramos que las experiencias de Turismo Comunitario encuentran en el Cooperativismo una herramienta para organizar las voluntades de los pobladores para la gestión democrática (autogestión) y comunitaria de la actividad turística.

En consecuencia, damos lugar a una nueva fórmula que subraya entre otras cosas, que la cooperativa no es sólo una filosofía con enunciados plausibles, sino más bien un sistema de gestión que a través de los años fue solidificando su doctrina y que tiene el potencial de ofrecer soluciones para la provisión de diversos servicios en múltiples lugares del mundo en donde las empresas de Mercado no han llegado, y que entre esos servicios también se encuentran aquellos relacionados al Turismo.

FIGURA 11



Fuente: *Elaboración propia*

La fórmula de ninguna manera pretende ni ser taxativa ni ignorar la existencia de otras asociaciones pertenecientes a la Economía Social como lo son las Mutuales, las Entidades sin fines de lucro o las Asociaciones civiles, que también pueden colaborar en la gestión del Turismo Comunitario. Nuestra tesis toma a la cooperativa por su valor paradigmático en la Economía Social y porque a pesar de permanecer algo invisibilizada en el ámbito académico y en el imaginario popular si la comparamos con la empresa tradicional, su existencia no es negada ni desconocida. De hecho su inserción en el Mercado es una realidad y su legitimación mediante legislación sectorial también.

En nuestra fórmula los elementos que la constituyen entablan la misma relación de conveniencia mutua que se pudo observar en el análisis previo (punto **3.1**) en la **Figura 9**, es decir, que tanto a través del análisis previo como a través del último análisis (punto **3.2**), pudimos arribar a conclusiones idénticas.

3.3 Entrevista

La siguiente entrevista pretender detectar en un caso real de Turismo Comunitario si algunas de las relaciones de sinergia entre el TC y las cooperativas descritas en los análisis A y B tienen lugar o no. Para ello escogimos conocer sobre el funcionamiento de la Federación Misionera de Cooperativas de Turismo, la cual se trata de una experiencia de Turismo Comunitario gestionada a través de cooperativas que a su vez forman una Federación.

Entrevistado: Alberto Cabrera. Actualmente se desempeña como Técnico Asesor de la Federación Misionera de Cooperativas de Turismo y el Idóneo Técnico de la Agencia de Turismo que comercializa el producto "Misiones de Punta a Punta". El entrevistado respondió las siguientes preguntas:

-¿Qué tipo de cooperativas son las que ofrecen Turismo (de colocación, de distribución o de trabajo)?

Cooperativas de Trabajo.

-Aproximadamente ¿cuántos asociados tiene cada cooperativa?

Entre 6 y 10 asociados.

-En promedio ¿cuál es el grado de cualificación de los asociados?

Estimo que el grado de calificación de los asociados es muy bueno, dado que han sido capacitados en: cooperativismo, atención al cliente, manipulación de alimentos, repostería, cocina regional, barroterapia, sauna rural, fitoterapia, manejo de grupos, entre otros temas.

-¿Cuál cree que es la ventaja de la gestión cooperativa frente a la empresa convencional?

La ventaja es que la gestión cooperativa es participativa y redistributiva, siendo la mejor herramienta para integrar a los que se encontraban fuera del sistema comercial del turismo a causa de la informalidad legal en la que se encontraban. Observemos al exitoso ejemplo de la española Mondragón que encontró en el cooperativismo la mejor herramienta de desarrollo local y regional.

-¿Y cómo cree que beneficia la gestión cooperativa al Turismo en sí?

Beneficia al turismo atendiendo a nichos de demanda que no quieren ser atendidos por la empresa tradicional de turismo. Esos nichos son las cooperativas y las mutuales. También beneficia al turismo desarrollando un producto nuevo e innovador como lo es el turismo comunitario, muy en boga en todo el mundo.

- ¿Cómo se diseña el producto turístico que ofrece cada cooperativa?

Luego de que la cooperativa se conforma, desde la Federación Misionera de Cooperativas de Turismo, los asistimos permanentemente con nuestros equipos de profesionales en distintas áreas, como turismo, legal, contable, recursos humanos, etc. para que conformen un producto que sea el reflejo de su propio ambiente e idiosincrasia, a fin de no armar un producto artificial, sino un producto real y tangible que muestre la realidad, costumbres y bellezas de cada región o zona.

- ¿Los asociados reciben capacitaciones o participan de charlas organizadas sobre temas de interés de la Federación o de cada cooperativa?

La Federación está conformada por dos (2) representantes de cada cooperativa asociada que se reúnen 1 vez al mes y llevan a esas reuniones las necesidades e inquietudes de su cooperativa. A su vez, cuando vuelven a sus cooperativas, transmiten a sus asociados las novedades y proyectos que se han generado en esa reunión de la Federación. La Federación está siempre disponible a participar de cualquier reunión en la que sea invitada, a fin de comentar sus acciones y proyectos a futuro.

- ¿Qué grado de importancia se le asigna a los siguientes aspectos a la hora de diseñar el producto turístico? Ponderar del 1 al 5 siendo: 1 “el más importante” y 5 “el menos importante”.

- Innovación. **4**
- Preservación de la identidad local. **1**
- Gustos y preferencias de la demanda. **2**
- Ingresos económicos que genera. **5**
- Las fuentes laborales que crea. **3**

- ¿Los asociados conocen los productos ofrecidos por el resto de las cooperativas de la federación? ¿Vacacionan y consumen los productos ofrecidos por la propia federación?

Hemos logrado, a través de la Central de Reservas de las Cooperativas de Turismo “E.V.T. Turismo Alto Paraná” (Leg. N° 13.736), conformar una red de información donde todas las cooperativas poseen su propio producto y el producto de las demás cooperativas asociadas, a fin de promocionarlo a sus visitantes. De esta manera hay un continuo *feedback* entre las cooperativas.

Normalmente los asociados a la Federación, consumen productos turísticos de cooperativas de la provincia de Misiones, como también productos de Mutuales y Federaciones con las que hemos conveniado en otras provincias.

- ¿Para la elección de los proveedores privilegian empresas de la Economía Social?

Obviamente que a la hora de llamar a licitaciones para algún tipo de compras, se privilegia a los pares, sean cooperativas o mutuales.

- ¿Cuáles son los canales de promoción utilizados? ¿Participan en ferias, congresos, etc?

Si, las Ferias y los Congresos son los canales más utilizados, dado que somos convocados a presentar nuestra experiencia y de paso presentamos nuestro producto terminado al cual lo llamamos “Misiones de Punta a Punta”. También la tradicional folletería, pagina web, mailing y redes sociales.

- ¿Quiénes son sus principales clientes?

Federaciones, Mutuales y Cooperativas de todo el país y del Mercosur.

- ¿Organizan actividades abiertas a la comunidad? ¿Son gratis?

Si, solemos hacer capacitaciones en diversos temas que son abiertas a las comunidades.

- ¿Articulan con otros actores del territorio? ¿Con quiénes?

Si, articulamos con asociaciones civiles e intermedias, gobiernos comunales y fuerzas armadas y de seguridad.

- ¿Cuáles considera que son los desafíos de la organización cooperativa en general y los de Fe.M.C.Tur en particular?

Los de la organización cooperativa sería imponer que no somos un turismo social subvencionado por el estado, si no que somos una empresa de la economía social con una visión del medio ambiente, de la cultura, de las personas y de la redistribución muy distinta a la que tiene la empresa convencional.

Los de Fe.M.C.Tur. serían posicionar fuertemente a nivel nacional e internacional el producto “Misiones de Punta a Punta” y nuestro reciente producto en desarrollo de “Turismo Accesible y Practicable” destinado a las personas con discapacidades.

Entonces, según lo reportado por el entrevistado, en el caso de Fe.M.C.Tur podemos testificar la conveniencia práctica de desarrollar Turismo Comunitario mediante cooperativas, ya que:

- Las cooperativas fueron elegidas como modelo de gestión para integrar a actores locales que estaban excluidos del circuito comercial del Turismo y para poder atender un nicho de mercado que pertenece también a la Economía Social.
- El producto turístico pretende respetar las identidades locales.
- Los asociados son capacitados y reciben y proveen información.
- Los asociados también son usuarios de los productos turísticos de la federación.
- Se realizan capacitaciones abiertas a la comunidad local.
- Articulan con otros actores del territorio.

El caso de Fe.M.C.Tur. es apenas un ejemplo de cooperativas que se dedican al Turismo en la Argentina. La investigación científica en este campo es prácticamente nula y por ello en la presente tesis incluimos como ANEXO una categorización tentativa sobre las funciones de las cooperativas de Turismo en Argentina según su relación con el Desarrollo Local.

3.4 EL PRODUCTO TURÍSTICO Y LA OFERTA TURÍSTICA DEL TURISMO COMUNITARIO

Finalmente, para concluir esta sección exponemos a continuación una situación estrictamente teórica, la cual sólo derivaría de la propuesta principal de nuestra tesis, es decir, tendría lugar si el Turismo Comunitario efectivamente se apoyase sobre la Gestión Cooperativa como medio para alcanzar sus objetivos. Enseguida, buscaremos dar respuesta a la siguiente pregunta:

¿De qué manera la introducción de la cooperativa afectaría al Producto Turístico y por consiguiente a la Oferta Turística del Turismo Comunitario?

Para responder esta pregunta es necesario aclarar primero que el Turismo es una actividad multisectorial, lo que significa que se vale de diversos bienes y servicios para constituir el producto turístico de un destino. Por ello una manera de ilustrar la actividad es mediante una cadena de valor. El siguiente es un ejemplo de la cadena productiva del Turismo Comunitario de El Salvador:

FIGURA 12



Fuente: López-Guzmán G. y Sánchez C. (2009)

Como se dijo antes, desde el turismo comunitario se pueden desarrollar cualquiera de los productos turísticos, con la particularidad de que la *autenticidad* del producto recae sobre la gestión local turística (Ruiz-Ballesteros & Solís, 2007). Por ello si la cadena de valor está formada por emprendedores foráneos el producto turístico carecerá de

identidad local y además las rentas generadas no retornaran a la comunidad y estaremos frente al modelo convencional de Turismo (la Industria). Para evitar este desenlace aquí es donde entra la cooperativa.

La Gestión cooperativa alcanza a todas las actividades económicas y se puede encontrar en cualquier pueblo o ciudad, ya que su localización geográfica sólo depende de la decisión de sus fundadores (Mozas y Bernal, 2006). Y si bien la cooperativa tal vez sea nueva en el campo del Turismo o viceversa (de hecho la poca bibliografía existente lo confirma) no lo es en otras actividades como salud, vivienda, servicios públicos y créditos; las cuales de hecho son actividades que ofrecen servicios de apoyo a la cadena productiva de Turismo.

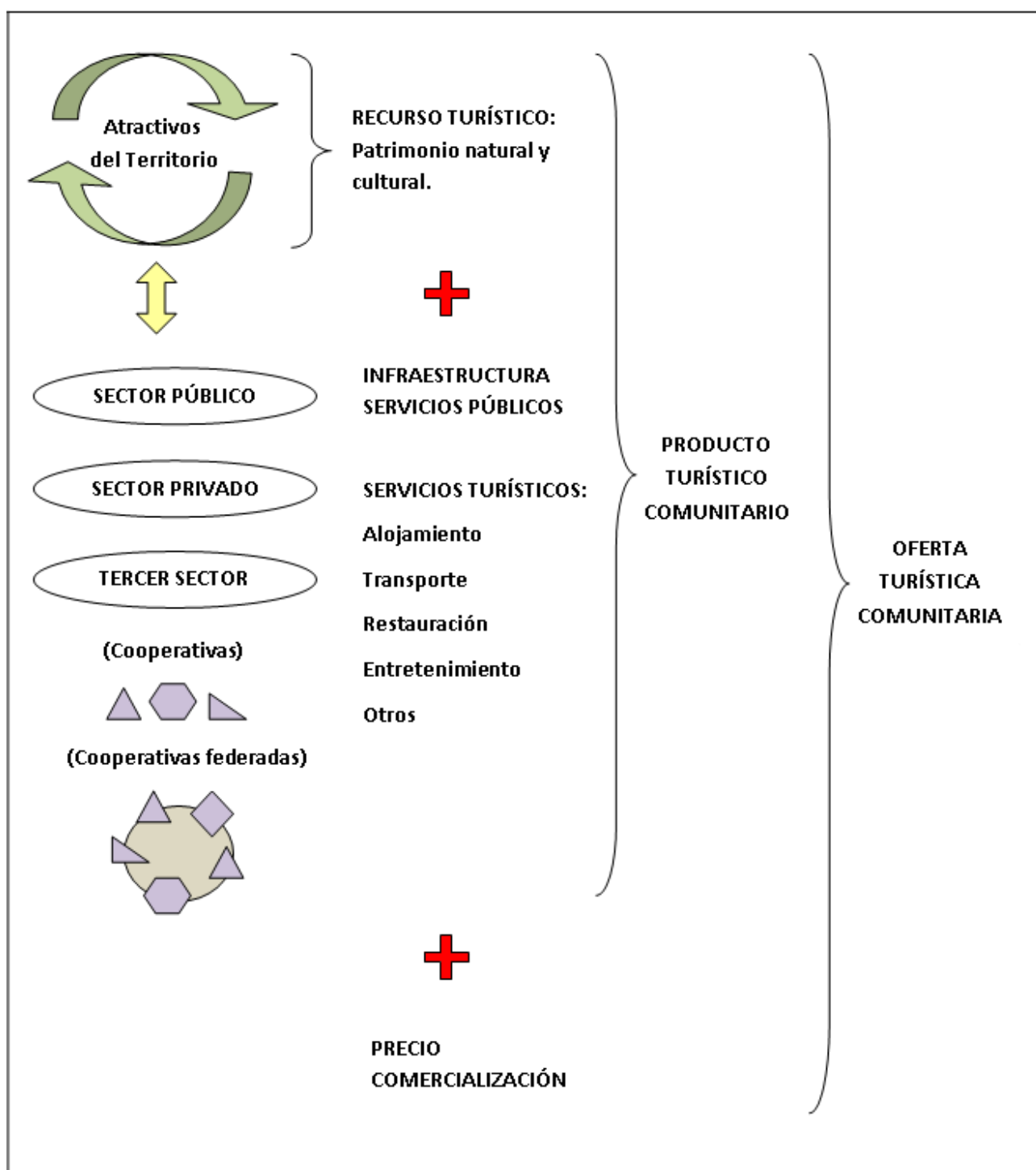
Por ello, y desde la comprensión de que los actores del Tercer Sector también deben participar de la actividad turística para alcanzar el Desarrollo Local (Defino, 2012) y que como lo demostró nuestro análisis anterior la cooperativa es un medio para organizar a las comunidades y prestar servicios en el TC: al producto turístico del Turismo Comunitario se suman las prestaciones de las cooperativas locales. Es decir, que a los tradicionales servicios turísticos ofrecidos por el sector privado, se agregan servicios similares o complementarios desarrollados por las cooperativas.

Pero además, la participación de las cooperativas en la cadena de valor del producto turístico no acabaría allí. Más aún, las cooperativas en cumplimiento del principio sexto de Inter-cooperación podrían formar parte de alguna federación y tener acceso a productos y servicios de diversa índole y alcanzar cierta integración vertical y horizontal. Y dicha integración, desde el punto de vista del Turismo, ofrecería proveedores de múltiples sectores para alimentar la cadena de servicios del Turismo Comunitario y colaborar, por su extensión en el territorio, con la comunicación y promoción del producto fuera de las fronteras del destino. Más aún, de esta manera se integraría lo que López-Guzmán y Sánchez (2009) consideran fundamental, que es una serie de redes comunitarias que sirva para fomentar iniciativas de Turismo Comunitario.

Como consecuencia de modificar el Producto, la Oferta Turística se vería levemente alterada. La Oferta Turística cumple un proceso de doble transformación para convertirse en tal. Primero existe el recurso, el cual debe estructurarse como producto y luego de producto en oferta dirigida al mercado. El *recurso* es el conjunto de atractivos del territorio, su patrimonio natural y cultural, su clima y las personas que viven allí, etc. Mientras que el *producto* es aquel recurso que cuenta con la accesibilidad para realizar una o varias actividades (visitar, asistir, participar, estudiar, comprar, comer). La accesibilidad incluye infraestructura, servicios públicos y servicios privados específicos del turismo, entre otros. Por último el producto se lanza al mercado como *oferta* mediante acciones de comercialización que permitirá conectar el producto con los segmentos de demanda deseados (Conti & Cravero, 2010).

Entonces según nuestro trabajo la Oferta Turística quedaría formada de la siguiente manera:

FIGURA 13



Fuente: *Elaboración propia*

3.5 DESAFÍOS

Algunos desafíos del Turismo Comunitario

El Turismo Comunitario es muy recomendado pero pocos son las directrices que existen para llegar hacia él (Okazaki, 2008).

Es necesario evitar crear falsas expectativas en comunidades rurales sobre sus posibilidades de tener éxito en el TC ya que no es una opción para todo el mundo (Cañada, 2010). Un destino que pretenda ser turístico no puede carecer de atractivo/s que generen la movilización de turistas, y dichos atractivos tal vez no se encuentren en todas las comunidades rurales.

Desde el punto de vista económico y mercadológico los destinos del TC no son considerados éxitos de ventas y consumo (Mendonça e Irving, 2004) lo que no los vuelve atractivos para potenciales inversores.

Los pobladores deben esforzarse por diseñar una oferta de calidad y diferenciada para lograr viabilidad económica (Cañada, 2010). Esto incluso se ve obstaculizado a veces por el mismo desconocimiento y/o desvalorización de los pobladores frente a su propio patrimonio cultural y natural.

Algunos desafíos del Cooperativismo

El principal reto del cooperativismo es sostener sus valores y principios, es decir, producir bienes y crear empleos apoyado sobre democracias autogestionarias, y contribuir a mantener las condiciones ambientales del Planeta, entre otros. La cooperativa debe evitar su *burocratización* y su transformación en empresa de capital o en un apéndice del Estado.

La cooperativa debe difundir el Movimiento y mantenerse competitiva ante el avance de la globalización, la cual trae consigo la eliminación de regulaciones económicas, privatizaciones, eliminación de las barreras aduaneras, etc. "Su permanencia en el tiempo dependerá de su capacidad para adaptarse a los cambios y de constituir apropiadas generaciones de relevo" (Bastidas, 2004). Al ser de menor escala les es más difícil competir. Sus economías son de escalas modestas.

Las políticas tendientes a fomentar el cooperativismo requieren de a) un cambio en los valores sociales desde el individualismo hacia el interés colectivo, b) el reconocimiento por parte del Estado de las cooperativas como organizaciones autónomas y c) mayor descentralización (Carrasco M. & Pardo G., 1999).

Sobre la relación entre la cooperativa y la comunidad es interesante exponer la reflexión de Moirano (1998) cuando se refiere al desconocimiento de las personas respecto de los servicios públicos que brindan las cooperativas; el autor lamenta que el interés de dichas personas "se agote en su calidad de usuarios, sin advertir que, en la mayoría de los casos, si no fuera por la organización cooperativa jamás hubieran contado con el servicio. Esa falta de compromiso conlleva la debilidad de la organización, que se evidencia trágicamente en los momentos de crisis" Podemos interpretar de esta manera, que la relación entre cooperativa y sociedad es la más invisibilizada y por tanto desconocida, frente a ello es necesario seguir puliendo la comunicación con la comunidad y difundiendo la obra cooperativa.

Uno de los mayores desafíos es lograr que los cooperativistas actúen con convicción y no sólo por necesidad (Moirano, 1998). Y ello se logra mediante la educación, la

capacitación y la información, para que sean los mismos socios quienes multipliquen el mensaje del Movimiento cooperativo.

Desafíos comunes

El Turismo Comunitario y el Cooperativismo comparten en primera instancia el gran desafío de intentar desplegar su propuesta bottom-up, de Desarrollo Local y colectivo en un contexto internacional mayoritariamente opositor a sus principios. El modelo hegemónico de consumo (gobernado por los capitales sin nacionalidad) sigue siendo la regla que interfiere en la promoción y emergencia de alternativas sociales y económicas. Es por ello que como afirma Altschuler (2006): “la visión del desarrollo local plantea un cambio de paradigma” ya que son necesarias una transformación técnica-metodológica y por sobre todo una transformación política.

En segundo lugar, los desafíos a asumir son aquellos propios del desarrollo sustentable. El Desarrollo es integral y de largo plazo. Esto significa que requiere tiempo medido en décadas y por sobre todo requiere de la continuidad de la voluntad política de seguir un mismo rumbo durante todo ese tiempo (Coraggio, 2002). La “transformación política” y “la voluntad política” a la que hacen mención los autores recaen sin lugar a dudas sobre el Estado, aunque no termina allí. Son las bases (la comunidad local) las que deben potenciar y aprovechar su poder político, que es un derecho y deber ciudadano, para convertirse en artífices de su porvenir. Aguirre (2007) cree que “el que mejor conoce la solución de un problema es el que lo sufre, el turismo sostenible, jamás se logrará por decreto, pero sí por participación” y allí se encuentra el gran desafío que es lograr el involucramiento de las comunidades en la resolución de sus problemas y en la generación de modelos de desarrollo propios, sin receta previa, que se adecue a la realidad de los pueblos y regiones.

Por otra parte también encontramos los siguientes desafíos:

- la Gestión Participativa o la Autogestión son aún una novedad que se visibilizan más en la teoría que en la práctica. Además son mecanismos laboriosos dado los procesos de debate y consenso insumen mayor cantidad de tiempo.
- Es necesario el reconocimiento de las comunidades como actores de desarrollo por parte del Estado e institucionalización de mecanismos que fomenten la democracia participativa y la descentralización del poder del Estado.
- Ambas temáticas, tanto el Turismo Comunitario como el Cooperativismo, tienen actualmente un tratamiento académico marginal. Para contrarrestarlo es necesaria la difusión y educación sobre formas económicas alternativas para que la Educación formal e informal no se limiten a enseñar sólo el modelo tradicional de empresa y de Economía liberal.

CONCLUSIONES

En los albores del capitalismo existió el crecimiento como paradigma mundial del progreso, aunque éste no llegó a satisfacer las necesidades de todas las personas, sino que por el contrario enriqueció a unos pocos a costa de muchos. Luego, la crisis estructural cristalizó las contradicciones de un modelo que pretendía crecer indefinidamente en un espacio limitado. Y en la búsqueda de soluciones frente al desempleo surgieron iniciativas locales que paulatinamente fueron alimentando una nueva teoría sobre el progreso: el Desarrollo Local. Entre las distintas iniciativas locales pudimos ubicar emprendimientos relativos al Turismo.

El Turismo a grandes rasgos se ramifica en Industria y Desarrollo. Mientras la primera rama es la que desplaza millones de personas alrededor del mundo a través de transacciones organizadas por grandes empresas, la segunda rama comprende los emprendimientos de pequeña escala, de origen local y de estructura más bien inorgánica. Es esta primera diferenciación, entre la forma hegemónica de explotación del Turismo y el aprovechamiento local de la dinámica turística, la que nos llevó a identificar al Turismo Comunitario como integrante de la segunda categoría.

Las características del Turismo Comunitario dejaron ver que éste es una ventana a la participación ciudadana de las poblaciones marginales; un oportuno pretexto para recuperar las costumbres y proteger el patrimonio del espacio rural, y, finalmente un camino hacia el Desarrollo Local. En el TC el turismo no es el objetivo sino la estrategia para elevar la calidad de vida de los residentes de un destino, porque pone el eje en el espacio local receptivo y no en el centro emisor y los turistas. Así pues, el TC busca satisfacer las necesidades de quienes lo desarrollan y estas necesidades son tan variadas como lo son las comunidades. Esta razón nos llevó a entender que el medio para el ordenamiento de las voluntades y la gestión reflexiva de la actividad turística, debía tener base local y ser adaptable a las demandas sociales del territorio. Y así es como nos acercamos al universo de la Economía Social y, acto seguido, a uno de sus salientes prototipos: la cooperativa.

Al introducimos en la materia cooperativa hallamos una doctrina administrativa que constituye una verdadera alternativa al modelo tradicional empresarial. A través de un recorrido por sus valores, principios, rasgos y componentes principales detectamos puntos de encuentro con el Turismo Comunitario que volvían conveniente una relación entre ambos. Finalmente señalamos que la gestión cooperativa es un medio, un mecanismo para operativizar los valores del TC y profundizar sus efectos, verificando así nuestra hipótesis sobre la complementariedad entre el TC y la gestión cooperativa.

En primer lugar descubrimos que los dos protagonistas de nuestra tesis:

- son reflejo del territorio en el que se ciñen y por tanto tienen su origen en una necesidad local,
- desde ambos ámbitos se coloca al hombre en el centro de la escena y asimismo se lo interpela en su calidad de ciudadano; tanto el residente en el caso del TC como el asociado de la cooperativa son llamados a asumir su rol de participante activo en la toma de decisiones,
- la toma de decisiones es democrática,
- la participación debiera cumplir un ciclo evolutivo cuya meta es la Gestión Participativa o la Autogestión.

En segundo lugar entendimos que existen formas de desarrollar una actividad económica de manera alternativa a la empresa tradicional y que las mismas pertenecen al llamado Tercer Sector. El Tercer Sector o Economía Social engloba a emprendimientos de pequeña escala pertenecientes a sectores socialmente excluidos,

pero que tienen la capacidad para participar y sumarse, por ejemplo, en la actividad turística. Desde el Turismo Comunitario se incluye a los actores del Tercer Sector y se los agrega a la cadena de valor del Turismo, que es algo que lo diferencia del Turismo como Industria ya que este último solo reconoce al sector privado y al sector público.

La cooperativa, como miembro del Tercer Sector y la Economía Social, puede significar una herramienta para la gestión de la actividad turística ya que puede interpretar las necesidades locales y organizar a la comunidad para la acción mediante mecanismos democráticos. Además la cooperativa contempla y atiende las necesidades de información y educación de sus asociados para la mejora del desempeño de la empresa y con el afán de elevar la capacidad participativa de una comunidad, la cual finalmente es la clave para el empoderamiento social.

En pocas palabras, tanto el Turismo Comunitario como la Gestión cooperativa son respuestas locales a problemas locales y ambos tienen un largo camino por delante por el cual avanzarán sólo haciendo frente a los desafíos del desarrollo.

ANEXO

Funciones operativas de las cooperativas de Turismo en Argentina

De acuerdo al trabajo de Defino J. sobre el funcionamiento y perfil de las cooperativas de Turismo en Argentina, las mismas se pueden clasificar en tres funciones principales según su propensión al Desarrollo Local (comunicación personal, agosto 10, 2012):

Función 1:

Este grupo está compuesto por las cooperativas que son Agencias de Viajes sin fines de lucro, es decir, aquellas regidas bajo la Ley Nacional 18829. Dichas cooperativas se trata en su mayoría de agencias de viaje emisivas. La mayoría de ellas es miembro de la Federación de Turismo (FEDETUR) la cual entre otras tareas se encuentra colaborando en la elaboración del anteproyecto de la nueva Ley Nacional de Agentes de Viaje. En general, se rigen por la Economía de Mercado.

Función 2:

Este grupo está formado por cooperativas productoras, como las cooperativas agrarias aunque también se pueden incluir las culturales e industriales. Aquí el rol de la cooperativa original cambia y se ramifica hacia el Turismo como consecuencia de experiencias y necesidades de los asociados de la cooperativa productora. El Turismo no nace como actividad económica principal sino como necesidad de ofrecer esparcimiento a los propios productores familiares y/o pequeños productores minifundistas. La prestación del servicio es personal y las actividades de esparcimiento ofrecidas permiten conocer el lugar a cambio de un precio accesible para los asociados.

Los asociados crean un producto turístico nuevo aprovechando los recursos propios en lugar de intentar imitar algún producto ya existente. Además, los insumos utilizados provienen de la Economía Social.

El crecimiento de este grupo lo llevaría a proyectarse en el mercado como cooperativas prestadoras de turismo que ofrecen viajes y un producto turístico creado por la comunidad residente. Debido a su inserción en el territorio su máximo desarrollo significaría la conversión de esas cooperativas en Agentes de desarrollo.

Función 3:

Es una combinación entre la función 1 y la función 2 ya que las cooperativas pueden ser también Agencias de Viaje aunque principalmente receptoras. Sin embargo la función 3 tiene una proyección sobre el territorio distinta a la proyección que tiene la Agencia de viajes de la función 1 ya que en este grupo las cooperativas toman para sí la elaboración de un nuevo producto territorial o local a partir del patrimonio natural y cultural del territorio o localidad donde se encuentran.

A través de estas cooperativas de Turismo el rol de agente de desarrollo se puede cumplir de dos maneras: 1) en el caso de que exista una estrategia de desarrollo desplegada desde el gobierno local, la cooperativa actuaría como *complemento* del último; 2) en el caso de que no haya una estrategia de desarrollo, la cooperativa puede *suplantar* al gobierno local y convertirse en el agente promotor del desarrollo (alternativa al gobierno local).

Defino agrega que los tres grupos son jurídicamente lo mismo pero operativamente son diferentes, y que los grupos más cercanos a alcanzar los objetivos del desarrollo local son el grupo 2 y 3. Según el entrevistado las cooperativas, a diferencia de la empresa tradicional, tienen la capacidad de imprimirle Identidad al producto turístico porque son reflejo de las necesidades y deseos locales y que por tal razón presentan gran potencial para convertirse en Agentes de desarrollo local.

BIBLIOGRAFIA

- AGIRRE A. (2001). Los principios cooperativos “atractores” de la gestión eficiente: su medición. Aplicación al caso de Mondragón corporación cooperativa. *Revista de Economía publica, social y cooperativa*, 39, 93-113.
- AGUIRRE, J. (2007). Deseables y posibles: participación comunitaria, patrimonio histórico-cultural, calidad ambiental y desarrollo turístico sostenible. *Pasos revista de turismo y patrimonio cultural*, 5(1), 1-16.
- ALTSCHULER, B. (2006). Municipios y desarrollo local. Un balance necesario, en Rofman, A y Villar, A. (Comps). *Desarrollo local. Una revisión crítica del debate*. Buenos Aires: Ed. Espacio, 131-154.
- ALBURQUERQUE F. (2004). Desarrollo económico local y descentralización en América Latina. *Revista de la CEPAL*, 82, 157-171.
- AROCENA, J. (1989). Descentralización e iniciativa, una discusión necesaria. *Cuadernos del Claeh*, 59.
- AROCENA, J. (1994). ¿Cómo definir el desarrollo local? En *El Desarrollo Local: un desafío contemporáneo* (2a ed.). (pp. 5-13). Uruguay: Taurus.
- AROCENA, J. (1997) El desarrollo Local frente a la Globalización. En Daniel García Delgado, (Comp.). *Hacia un nuevo modelo de gestión local. Municipio y Sociedad Civil en Argentina* (pp. 43-58). Buenos Aires, Argentina: Oficina de Publicaciones del CBC, Universidad de Buenos Aires.
- BARRERA, E. (2002). *Turismo Rural en Latinoamérica. Casos y Experiencias de Turismo Rural*. Argentina: Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires.
- BARRERA, E. (2005). Turismo Rural, la experiencia argentina y el potencial de México. En *Desarrollo Rural y Turismo*. Dachary A. C., Alvarado J.O., Arnaiz Burne S. M. (Eds.), Universidad de Guadalajara – Universidad de Buenos Aires.

- BASTIDAS D. O. (2004, octubre). *La Especificidad Cooperativa. Apuntes para un Cooperativismo Alternativo*. Ponencia presentada en el VIII Seminario Internacional de UNIRCOOP "La Identidad de la Cooperativa en el Corazón de su Éxito: Presentación de Herramientas de Gestión", Sherbrooke, Canadá.
- BITAR, M. A. (2001). *Los componentes del desarrollo local*. Consultado 2012/23/05. Disponible en: http://www.fts.uner.edu.ar/polit_planif/documentos/bitar_desarrollo_local.htm.
- BLANCO P. y BENAYAS DEL ALAMO, J. (1994). El turismo como motor del desarrollo rural. Análisis de los proyectos de turismo subvencionados por Leader I. *Revista de Estudios Agrosociales*, 169, 120-145.
- BOISIER, S. (2001). DESARROLLO (local): ¿De qué estamos hablando?. *Homo Sapiens*.
- BUENDIA MARTINEZ, I. y LINS, M. L. (2000). Nuevas ruralidades y cooperativismo: una perspectiva comparada, *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*, 70, 31-46.
- CAÑADA, E. (2010). Perspectivas del Turismo Comunitario: cómo mantener vivas las comunidades rurales. *Revista Pueblos*, 41.
- CARRASCO M. y PARDO G. I. (1999). Nuevos instrumentos de política económica en un entorno global: la promoción del cooperativismo como medio para la creación de empleo. *Revista de Estudios Cooperativos*, 67, 37-49.
- CENTRO INTERNACIONAL DE FORMACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (2011). *Economía social y solidaria: nuestro camino común hacia el Trabajo Decente*.
- CEPAL. (2005). Población indígena de América Latina: perfil sociodemográfico en el marco de la CIPD y de las Metas del Milenio. Seminario Internacional Pueblos

indígenas y afrodescendientes de América Latina y el Caribe: relevancia y pertinencia de la información sociodemográfica para políticas y programas.

CIRUELA LORENZO, A. M., TOUS ZAMORA, D. (2005). Cooperativismo agrario y turismo rural. Hacia el desarrollo local sostenible. *Revista Internacional de Desenvolvimento Local*, 7 (11), 9-17.

CONTI, A. CRAVERO, S. (2010). *Notas en Turismo y Economía*. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de La Plata.

CORAGGIO, J. L. (2002). Documento de lanzamiento del debate sobre "Distintas propuestas de Economía Social" en Urbared, Red de Políticas Sociales. Disponible en: www.urbaled.ungs.edu.ar

DA SILVA, RATZMANH H. (2008). El cooperativismo y su comportamiento frente al capitalismo. *Cooperativismo y desarrollo*, 93, 82-102.

DÁVILA L. DE G. R. (2005). *Innovación y éxito en la gerencia cooperativa*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

DEFINO, J. (2012). *Diferenciación del desarrollo turístico local con la industria de viajes: Dos monedas diferentes*. Apuntes de cátedra. Universidad Nacional de Lanús.

FAO (2012). *Statistical Yearbook 2012*. World Food and Agriculture. Roma.

FAO (2011). El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2010- 2011. Las Mujeres en la Agricultura. Cerrar la brecha de género en aras del desarrollo. Roma. Disponible en:

<http://www.fao.org/docrep/006/y4940s/y4940s00.htm#Contents>

FERNÁNDEZ, M. y PUIG, A. (2002). El papel del cooperativismo en el turismo rural de la Comunidad Valenciana. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 41, 183-212.

- FOLADORI G. y TOMASSINO H. (2000). El concepto de desarrollo sustentable treinta años después. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, 1, 41-56.
- GASCÓN, J. (2007). Turismo Rural Comunitario para los países del Sur. Tudurí, Carles & Turismo Justo. *Turismo Responsable: 30 propuestas de viaje* Barcelona: Alhena Media, 15-16.
- GARCIA C. (1996). El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional económica agraria. *Estudios Turísticos*, 132, 47-61.
- GRAZIANO DA SILVA, J. (2004). Espacio rural y dimensión territorial del desarrollo en los países del Mercosur. Alimentación, agricultura y desarrollo rural. Temas Actuales y Emergentes para el Análisis Económico y la Investigación de Políticas (CUREMIS II). Volumen I: América Latina y El Caribe. Departamento Económico y Social. Roma.
- IGLESIAS L., PIRIZ CARRILLO M. (2007). Globalización, representación y viabilidad, en el sector cooperativo argentino. *El rol de las cooperativas en un mundo globalizado*, 200-223.
- INOSTROZA V., G. (2008). Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina. *Gestión turística*, 10, 77-90.
- KAPLAN DE DRIMER, A.; DRIMER, B. (1977). *Manual de cooperativas*. Buenos Aires: Intercoop.
- KAPLAN DE DRIMER, A.; DRIMER, B. (1981). *Las cooperativas*. Buenos Aires: Intercoop.
- LÓPEZ-GUZMÁN, T. MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, G. SANCHO, E. Nuevas herramientas de cooperación al desarrollo. El turismo comunitario.
- LÓPEZ-GUZMÁN, T. SANCHEZ C., S. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en El Salvador. *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*, 99, 85-103.

- LORENZELLI, M. (2003). Capital social comunitario y gerencia social. VIII Congreso Internacional del CLAD sobre la reforma del Estado y de la administración pública. Panamá, 28-31.
- MALDONADO, C. (2005). Pautas metodológicas para El análisis de experiencias de turismo comunitario. Oficina Internacional del Trabajo. Ginebra.
- MAYOR Z. F. Los limites del crecimiento. Tribuna Libre. Recuperado de <http://www.fceco.uner.edu.ar/archivos/LIMITES%20AL%20CRECIMIENTO%202.pdf>
- MENDONÇA, T., IRVING, M. (2004). Turismo de base comunitária: a participação com prática no desenvolvimento de projetos turísticos no Brasil - Prainha Do Canto Verde, Beberibe (CE). *Caderno Virtual de Turismo*, 4, 12-22.
- MOIRANO, A. A. (1998). *La cooperativa de trabajo*. Buenos Aires: Nicolás Gherzi.
- MONASTERIOS C., SRNEC, C. (2010). La co-construcción de políticas públicas innovadoras en torno a la economía social. Centro de Estudios de Sociología del Trabajo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.
- MONZÓN, J.L. (2003). El cooperativismo en la historia de la literatura económica. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 44, 9-32.
- MORALES MORGADO, H. F. (2006). Turismo comunitario, una nueva alternativa de desarrollo indígena.
- MOZAS M. A., DE LA POZA PEREZ. J., y VALLEJO M. M. (1997). La gestión de recursos humanos en las sociedades cooperativas agrarias: un estudio empírico. *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*, 63, 63-118.
- OIT (2001). Turismo sostenible con comunidades indígenas mercado y sostenibilidad. Disponible en: <http://biblioteca.uglobalcusco.edu.pe/material-digital/tur-073.pdf>-b

- OKAZAKI, E. (2008). A community-based tourism model: Its conception and Use. *Journal of sustainable tourism*, 16, 511-524.
- PANZONI, E. (1958). Cooperativismo agrario y desarrollo rural. *Revista del Instituto de Estudios Cooperativos. La Plata*, 2.
- PEREDA V., B. (2007, agosto). *Turismo indígena: los orígenes, desafíos y oportunidades en Bolivia. El caso de la empresa Mapajo*. Ponencia presentada en Programa regional de apoyo a los pueblos indígenas amazónicos.
- POPOVICH, M. TOSELLI, C. (2006). Planificación estratégica participativa y comunidad local. Desarrollo de un destino turístico en Argentina. *Cuadernos de Turismo*, 17, 167-188.
- PUENTES P. R., VELASCO G. M. (2008). Importancia de las sociedades cooperativas como medio para contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental, de forma sostenible y responsable. *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*, 99, 102-129.
- QUEIROZ TELLES, D. GONÇALVES GANDARA, J. FONTOURA, L. (2011). Gestión territorial y planificación participativa en la Ilha de Mel, Brasil. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 20, 270-287.
- REDTURS. (2007). Memoria del V Encuentro Regional de la Red de Turismo de Comunitario Sostenible de América Latina La Paz, Bolivia.
- RUIZ-BALLESTEROS, E y SOLÍS, D (editores.) (2007). Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y Sostenibilidad Social. Quito: AbyaYala.
- RUIZ, E., HERNANDEZ, M., COCA, A., CANTERO, P., DEL CAMPO, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. *PASOS, Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(3) 399-418.
- SAMPAIO, C. A. C., MONTOVANILI Jr, O. (2007). Acuerdo productivo local de base comunitaria y ecodesarrollo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16, 216-233.

- SAN PEDRO, J. (1987). *Manual de organización y gestión cooperativa* (2da ed.). Buenos Aires: Intercoop
- SAN PEDRO, J. (2005). *Descubramos el cooperativismo* (4ta ed.). Buenos Aires: Intercoop
- SOMAVIA J. (2012). Discurso del Director General de la OIT con motivo de la 90ª Jornada Cooperativa Internacional de la ACI y del 18º Día Internacional de las Cooperativas de las Naciones Unidas el 7 de julio de 2012. Disponible en: http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/media-centre/statements-and-speeches/WCMS_184811/lang-es/index.htm
- TREJOS, B. (2009). Redes de apoyo al Turismo Comunitario en Costa Rica. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo local*, 2(6).
- TRONCOSO, C. (2008). Turismo, desarrollo y participación local. la experiencia de quebrada de Humahuaca Jujuy. Argentina. *Aportes y Transferencias*, 12, 110-130.
- VARGAS SANCHEZ, A. (1995). La identidad cooperativa y la cooperativa como empresa: luces y sombras. *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*, 61, 179-194.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (2000). Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual. Proyecto cepal/gtz
- WWF Internacional (2001). Directrices para el desarrollo del turismo comunitario. Suiza