

# TURISMO SOSTENIBLE A TRAVÉS DE INNOVACIONES DE ECONOMÍA SOCIAL

## SUSTAINABLE TOURISM THROUGH SOCIAL ECONOMY INNOVATIONS

Sonia Tello Rozas

Cátedra de Investigación en Economía Social  
Université du Québec à Montréal – UQÀM, Canadá

Recibido: 6 de agosto de 2013

Aceptado: 24 de julio de 2014

---

### RESUMEN

Esta nota de investigación presenta los principios que definen el campo de la economía social y discute las características de las organizaciones que lo conforman. Teniendo en cuenta la definición y delimitación de este campo, discutimos la pertinencia y el rol de las organizaciones de economía social en el ámbito del turismo.

**Palabras clave:** Desarrollo turístico sostenible, economía social, innovaciones sociales, Perú.

### ABSTRACT

This research note presents the principles underpinning the field of social economy and discusses the characteristics of organizations that are part of it. Given the definition and delimitation of the field, we discuss the relevance and role of social economy organizations in the tourism sector.

**Key words:** Sustainable tourism development, social economy, social innovations, Peru

## Introducción

De acuerdo con las estadísticas producidas por el Observatorio Turístico del Perú (OTP), el turismo presenta en nuestro país una evolución positiva desde hace más de una década. Entre 1988 y 2012 la tasa de crecimiento anual para el segmento histórico del turismo internacional fue de 8,47% (el número de turistas ha pasado de 359 mil a 2.528.373). Sin embargo, muchas de las regiones más atractivas desde el punto de vista turístico presentan aún los niveles nacionales de pobreza y de exclusión social más elevados (Tello & Paredes, 2002; Vásquez, 2012; Verdera, 2007). Ante esta situación, es imperativo explorar iniciativas innovadoras e inclusivas de desarrollo turístico. Esta nota de investigación tiene como objetivo presentar un modelo de organización empresarial basado en valores humanistas (democráticos y solidarios), que contribuya de manera cada vez más importante a las dinámicas de desarrollo contemporáneas: las organizaciones de economía social.

En el contexto de la crisis actual (social, medioambiental, económica y financiera), la economía social desempeña un papel fundamental en el suministro de soluciones innovadoras, en particular en el ámbito de los servicios públicos (Bouchard, 2012). Caracterizadas por la limitación o prohibición de la distribución de utilidades, así como por su forma particular de toma de decisiones (la gobernanza) y su funcionamiento democrático (Evers & Laville, 2004), por lo general las organizaciones de economía social buscan hacer frente a las fallas del Estado o del mercado, tanto en el contexto de los países desarrollados (Mertens, 2010) como en los países en desarrollo (Tello & Gauthier, 2012). Mediante la combinación de diversos recursos financieros y humanos (trabajo voluntario, donaciones, subvenciones, ingresos por actividades comerciales, etc.), estas organizaciones pueden reaccionar más rápidamente que el Estado en la satisfacción de ciertas necesidades (Weisbrod, 1988). Además, tienen la capacidad de responder a demandas específicas en las cuales las empresas con fines lucrativos no muestran interés porque estas demandas no son una fuente suficiente de beneficios (Vienney, 1994). Si tenemos en cuenta que la innovación social “*concerns the implementation of new social and institutional arrangements, new forms of resource mobilization, new answers to problems for which available solutions have proven inadequate or new social aspirations*” (Klein, Fontan, Harrison & Lévesque, 2012:11), varias iniciativas de economía social pueden entonces ser consideradas como innovaciones sociales.

¿Es posible proponer estas formas de innovación social para impulsar proyectos de turismo sostenible? Con el fin de dar algunas pistas de respuesta a esta cuestión, presentamos aquí un cuadro de análisis que, basado en los fundamentos de la economía social, puede inspirar nuevas iniciativas y nuevas investigaciones en el campo del turismo.

En la primera parte de nuestra nota, definimos y delimitamos el campo de la economía social. En la segunda, tomando en cuenta los elementos que dan forma a este campo, presentamos una reflexión sobre su pertinencia en el marco de la actividad turística y, a través de ejemplos concretos, invitamos al lector a repensar el desarrollo del turismo entorno de proyectos innovadores, inclusivos y sostenibles.

## Delimitación del ámbito de la economía social

La definición, los análisis y las prácticas relacionados con la economía social varían considerablemente según el contexto y el rol asumidos por el Estado y por el mercado (Defourny & Nyssens, 2010; Vaillancourt, 2006). Algunos autores consideran que este campo se refiere a todas las empresas, con o sin fines de lucro, que tienen una finalidad social (Lane & Casile, 2011) o a la totalidad del sector del voluntariado y de las organizaciones sin fines de lucro (Quarter, Mook & Armstrong, 2009). Otros autores se basan en elementos que van más allá de los objetivos sociales con el fin de definir la economía social: elementos tales como las reglas de funcionamiento (Vienney, 1994), el carácter emprendedor (Nyssens, 2006) o las características de solidaridad y reciprocidad (Laville, 1994).

Bouchard (2011) y Lévesque (2013) explican que la economía social ha sido analizada desde dos perspectivas teóricas diferentes. Según el enfoque anglosajón (Estados Unidos y Reino Unido) el análisis se centra en el estatus “sin fines de lucro” (Salamon, 1996) y hace hincapié en la generación de ingresos (Kerling, 2006). En Europa Occidental (en particular en los países de habla francesa) y en Quebec la gestión y el funcionamiento democrático de un grupo de organizaciones que **producen bienes y servicios** constituyen el punto focal (Evers & Laville, 2004). En este grupo se incluyen las cooperativas, las mutuales y las organizaciones sin fines de lucro que realizan una actividad productiva.

Inscritos en la misma perspectiva, Defourny y Nyssens (2010) señalan que en los Estados Unidos la economía social está relacionada con los emprendimientos empresariales con fines sociales que se han desarrollado de manera principal –aunque no exclusivamente– en el sector sin fines de lucro. En Europa, en cambio, donde la institucionalización de las empresas sociales está asociada a la evolución de las políticas públicas, la economía social se configura como una búsqueda de la democratización de la economía. En este contexto, el cual tomamos como referencia para nuestro análisis, la economía social ha sido definida alrededor de tres elementos principales: el estatus jurídico, el sector de actividad y algunos criterios específicos relacionados con la gestión y la participación de los miembros de la organización.

Con respecto al *estatus jurídico*, la **distribución restringida o prohibida de utilidades** es una de las características que determinan si una organización hace parte de la economía social. Así, todas las cooperativas y mutuales pertenecen a este campo. En cuanto a las organizaciones sin fines de lucro (*non-profit organisations*), en el enfoque que utilizamos solo se consideran las que producen bienes o servicios (Bouchard, 2011). Esta característica nos lleva a explicar el segundo elemento: el *sector de actividad*. Las organizaciones que no tienen como objetivo realizar actividades productivas están excluidas del ámbito de la economía social (por ejemplo, las asociaciones profesionales, las organizaciones políticas, las comunidades religiosas, sindicatos y fundaciones que buscan recoger y redistribuir los recursos).

Finalmente, *dos criterios* ayudan a delimitar más finamente el campo de la economía social: i) la *autonomía de gestión* con respecto al Estado y a las empresas con fines de lucro, ii) la *gobernanza democrática*. La autonomía de gestión se basa principalmente en la **adhesión voluntaria de los miembros** (es decir, libre entrada y libre salida) y en la **independencia en la toma de decisiones**. En cuanto a la gobernanza, el

sistema de toma de decisiones debe estar basado en **prácticas democráticas**. En un sentido amplio, este criterio se refiere al control que los miembros ejercen sobre la dirección, la estructura y el modo de operación de la organización (Desforges, 1980). Todos estos elementos, representados gráficamente en la Figura 1, nos permiten identificar el núcleo de la economía social.

**Figura 1.** Los límites de la economía social (a partir de Bouchard, 2013)



Además de estos elementos, para entender la existencia y funcionamiento de las organizaciones e economía social se debe considerar la doble naturaleza sobre la que ellas se fundan. Como indican Rousselière y Bouchard (2011), el modelo de organización de la economía social se define por la combinación de dos dimensiones: 1) la actividad económica (por ejemplo, la elaboración y comercialización de paquetes turísticos) y 2) la misión social (por ejemplo, proporcionar puestos laborales para las personas excluidas del mercado de trabajo). La misión social puede estar directamente relacionada con la actividad económica principal (por ejemplo, el turismo) o puede variar (por ejemplo, la explotación del turismo rural destinada a la educación de jóvenes). Esta dualidad fue señalada en la década de los ochenta por Vienney (1980, 1994), quien demuestra el carácter bipolar de la estructura productiva de la economía social (sobre todo entre las cooperativas y mutuales). Según el autor, estas organizaciones se caracterizan por ser creadas por un grupo de personas que comparten un proyecto colectivo y que deciden fundar y operar una empresa de propiedad colectiva con el fin de poner en marcha dicho proyecto.

Inspirado en este enfoque, Desforges (1980) analiza la estructura y las decisiones estratégicas de las cooperativas y hace hincapié en dos componentes que, según él, son esenciales para la comprensión de las organizaciones colectivas: la “asociación” y la “empresa”. La asociación constituye el fundamento de una organización colectiva y puede desempeñar diferentes roles de acuerdo a la evolución organizacional. La empresa, que encarna el proyecto colectivo, debe cumplir las condiciones propias del mercado (ser competitiva, ser capaz de sobrevivir a la competencia, etc.). Además, el autor identifica dos atributos adicionales que afectan a la estrategia y al desarrollo de la empresa colectiva: la propiedad y el uso (*l'usage*). A veces, las empresas

colectivas pueden privilegiar la propiedad (por ejemplo, las cooperativas que emplean estrategias de diversificación para aumentar el número de negocios que pertenecen al grupo), mientras que otras se centran en el uso (por ejemplo, las cooperativas que son creadas para que los miembros puedan acceder a ciertos productos o servicios. Es el caso de las organizaciones colectivas de turismo social orientadas hacia sus miembros). A largo plazo, la sostenibilidad que la asociación ofrece a la empresa estará esencialmente relacionada con el “uso” que los miembros realizan de las actividades que esta desarrolla.

### Turismo y economía social

Teniendo en cuenta el cuadro de análisis discutido en la sección anterior, exploramos aquí las posibilidades de un desarrollo turístico sostenible, inclusivo y democrático, basado en los principios y características de las organizaciones de economía social.

- **Apropiación local.** El éxito de un proyecto de desarrollo reposa en gran medida sobre su grado de apropiación por parte de los actores locales (Pozzebon, Tello & Delgado, 2013). Demoustier y Richez-Battesti (2010) constatan que la economía social está cada vez más asociada a proyectos de desarrollo local y regional. Es más, en ciertos casos, la economía social ha sido definida como estrategia de desarrollo local (Baptista & Bartholo, 2010). En el caso del turismo, muchos proyectos del rubro son presentados como “participativos o vivenciales” porque los turistas pueden participar de las actividades cotidianas de las comunidades que los acogen. A pesar de que estas experiencias puedan ser enriquecedoras para ambas partes (visitantes y visitados), por lo general las empresas que desarrollan y comercializan estos productos no son locales (Pérez, 2012). Un gran porcentaje de la riqueza generada es, en consecuencia, apropiada por actores ajenos a la comunidad local (Arellano, 2011). El desarrollo de empresas locales permite la “apropiación local” tanto del producto (si este es concebido por la empresa) como de la riqueza que su comercialización pueda generar. Si estas empresas además de ser locales son también colectivas, la “producción turística” que ellas realicen puede contribuir a la democratización de los beneficios y, dependiendo de la amplitud de las organizaciones de economía social, a nuevas dinámicas de desarrollo económico local.
- **Anclaje local y territorial.** Una de las características de las empresas que se desarrollan en el ámbito de la economía social es que cuentan con una legitimización local (RISQ, 2008): los actores locales participan de las actividades de la empresa (produciendo o consumiendo) y contribuyen en la producción de bienes o servicios (por ejemplo, como trabajadores asalariados o como voluntarios); ellos constituyen así un pilar esencial del desarrollo de la organización. Además, en muchos casos, los proyectos se fundan en alianzas con el Estado o con empresas privadas locales. Este anclaje local determina la sostenibilidad de la empresa a largo plazo y contribuye así al desarrollo económico local (Mertens, 2010). En el campo del turismo, Richez-Battesti y Oswald (2013) discuten el caso del grupo de turismo social Village Clubs du Soleil (VCS), en el cual una organización colectiva intenta inscribir las actividades de ocio propuestas a los turistas en la dinámica local (por ejemplo, participación en las fiestas tradicionales locales, animaciones realizadas por grupos locales, etc.). Además, la organización ha desarrollado formas de “coinvertión”, como en el caso de la estación de esquí Superbagnères, donde VCS invirtió en la rehabilitación de un monumento que es el

ícono histórico de la región para convertirlo en hotel (Le Grand Hotel). El riesgo de inversión por la rehabilitación del monumento patrimonial fue asumido por VCS en contraparte de un alquiler simbólico pagado al gobierno local.

- **Impactos sociales y contribución al desarrollo sostenible.** Algunas experiencias, en las cuales los actores locales han sido involucrados en la gestión del turismo, muestran que los impactos positivos de esta forma de gestión son importantes: incremento en el nivel del capital humano, empoderamiento, emancipación económica, etc. (Huaita, 2012). En el caso de proyectos basados en los valores de la economía social, además de los efectos económicos (creación de empleos, incrementos en los ingresos, etc.) se evidencian impactos sociales importantes, como la reducción de la exclusión por medio de actividades económicas (por ejemplo, las empresas de inserción social), el incremento de la amalgama social (por ejemplo, las cooperativas de habitación), la reducción de desigualdades sociales (por ejemplo, las empresas de prestación de servicios). Una experiencia interesante que ilustra los impactos sociales y la contribución de empresas de economía social al desarrollo local es el de la Union Nationale des Centres Sportifs de Plein Air (UCPA) (Légaut, 2013). Uno de los objetivos de esta organización colectiva especializada en servicios de ocio es crear empleos de calidad que no se desplacen de una región según la rentabilidad del proyecto. Asimismo, la empresa busca asegurar la consecución de una carrera profesional para sus empleados e invierte en el desarrollo de capacidades y en el capital humano.
- **La democratización de la economía y del turismo.** La economía social es sin duda una alternativa interesante para democratizar la economía y la distribución de la riqueza. En el campo del turismo, Légaut (2013) y Viannay (2013) exploran experiencias que han permitido el acceso de algunos grupos desfavorecidos a las actividades de ocio. El primer autor muestra cómo la UCPA ha democratizado las vacaciones hacia destinos de montaña o de playa, especialmente entre los jóvenes. La organización ha creado, asimismo, espacios deportivos móviles y actividades estacionales en medios desfavorecidos de los centros urbanos. Viannay (2013) presenta la experiencia de VVF Villages, una asociación que se funda sobre dos objetivos: 1) proponer la posibilidad de vacaciones accesibles y de calidad a un gran número de personas; 2) ser un actor importante en el desarrollo local. Esta empresa de economía social ofrece productos turísticos con una política tarifaria de reducciones directas a las familias en función de sus ingresos. Además, la organización es reconocida por su gestión democrática, la inversión en sus recursos humanos y por su aporte a la economía local.

### A modo de conclusión

En respuesta a las fallas del Estado o del mercado se desarrollan iniciativas sociales notables por su capacidad innovadora y creativa. En el caso de los países en vías de desarrollo, estas iniciativas son numerosas y sus resultados son importantes. En el Perú, la experiencia de Villa El Salvador (Lima), de la cooperativa de café Putina Punco (Sandía) o de la gestión de residuos sólidos en Cerro El Pino (Lima) ilustran bien la amplitud de estas iniciativas, muchas de las cuales adoptan un proyecto económico y son entonces enmarcadas en el campo de la economía social.

La contribución de las organizaciones que hacen parte de este campo a las dinámicas de desarrollo depende en gran medida del rol del Estado. Bouchard (2010) explica que en los contextos donde el Estado presenta muchas deficiencias, las organizaciones de la economía social sirven de paliativo para llenar los espacios dejados por el “mal desarrollo”. En un contexto basado en el “Estado providencia”, la economía social sirve de complemento a las acciones públicas y a los mecanismos de mercado. En otros casos, cuando el Estado ha creado el marco legal e institucional para el desarrollo de formas alternativas de emprendimiento empresarial, las organizaciones de economía social participan en la construcción de nuevos marcos normativos, sus prácticas son reconocidas y legitimadas por los otros actores del sistema (el Estado y el mercado). Teniendo en cuenta los problemas de distribución de la riqueza y de exclusión social que aqueja a la mayor parte de los países latinoamericanos, es indispensable que los responsables políticos contribuyan al desarrollo y a la sostenibilidad de proyectos locales innovadores, más aún si se trata de proyectos “endógenos” (es decir, iniciados por los actores locales) que se fundan en principios democráticos de gestión (asociaciones, mutuales, cooperativas).

En el ámbito del turismo, donde muchos destinos reconocidos internacionalmente presentan aún graves problemas de “pobreza socioeconómica” (por ejemplo, la región de Cuzco en Perú; Arellano, 2011; Tello & Paredes, 2002), el rol facilitador del Estado es urgente e indispensable: un Estado que cree las condiciones políticas, legales y administrativas para que las iniciativas locales puedan ser sostenibles.

Esta nota de investigación presenta los principios de una alternativa interesante y viable para un desarrollo turístico más equitativo y democrático: la economía social. Estos pueden servir de base para el planteamiento de nuevas iniciativas y pueden inspirar también proyectos de sistematización de experiencias en el ámbito del turismo, principalmente en el contexto latinoamericano, así como investigaciones tanto teóricas como empíricas.

## Referencias

- Arellano, A. (2011). Tourism in poor regions and social inclusion: The porters of the Inca Trail to Machu Picchu. *World Leisure Journal*, 53(2), 104-118.
- Baptista, E. & Bartholo, R. (2010). Les entreprises sociales de base communautaire, nouveaux protagonistes pour un autre développement. Une étude sur quelques groupes productifs dans le contexte Brésilien. *Innovations*, 3(33), 203-224.
- Bouchard, M. (2010). The evaluation of the social economy in Quebec: With regard to stakeholders, mission and organizational identity. En M. Bouchard (Dir.). *The Worth of the Social Economy: An International Perspective* (pp. 11-132). Bruselas: CIRIEC y Peter Lang.
- Bouchard, M. (2011). Introduction. L'innovation sociale en économie sociale. En M. Bouchard (Dir.). *L'économie sociale. Vecteur d'innovation. L'expérience du Québec* (pp. 1-20). Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Bouchard, M. (2012). Social innovation, an analytical grid for understanding the social economy: the example of the Quebec housing sector. *Service Business*, 6(1), 47-59.
- Bouchard, M. (Ed.) (2013). *Innovation and the Social Economy: The Quebec Experience*. Toronto: University of Toronto Press.
- Defourny, J. & Nyssens, M. (2010). Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32-53.
- Demoustier, D. & Richez-Battesti, N. (2010). Les organisations de l'économie sociale et solidaire: gouvernance régulation et territoire. *Géographie Économie Société*, 12(1), 5-14.
- Desforges, J. G. (1980). Stratégie et structure des coopératives. *Revue du CIRIEC, numéro especial: Stratégies et développement des coopératives*, 12(1), 32-58.

- Evers, A. & Laville, J. L. (2004). Defining the third sector in Europe. En A. Evers & J. L. Laville (Eds.). *The third sector in Europe*. Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Huaita, A. M. (2012). Ecoturismo y desarrollo humano. El caso de una asociación privada con la comunidad de Infierno. *Turismo y Patrimonio*, 7, 24-31.
- Kerlin, J. A. (2006). Social enterprise in the United States and Europe: Understanding and learning from the differences. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17(3), 246-262.
- Klein, J. L., Fontan, J. M., Harrisson, D. & Lévesque, B. (2012). The Quebec system of social innovation: a focused analysis on the local development field. *Finisterra. Revista Portuguesa de Geografia*, XLVII(94),9-28.
- Lane, M. D. & Casile, M. (2011). Angels on the head of a pin: The SAC framework for performance measurement in social entrepreneurship ventures. *Social Enterprise Journal*, 7(3), 238-258.
- Laville, J. L. (Ed.) (1994). *L'économie solidaire. Une perspective internationale*. Paris, Desclée de Brouwer, 1994.
- Légaut, G. (2013). L'UCPA, entreprise associative sociale et solidaire. *ESPACES Tourisme et Loisir*, 310, 111-114.
- Lévesque, B. (2013). How Social Economy Won Recognition in Québec at the End of the Twentieth Century. En M. Bouchard. *Innovation and Social Economy*. Toronto: University of Toronto Press.
- Mertens, S. (Ed.) (2010). *La gestion des entreprises sociales*. Lieja, Belgica: EdiPro.
- Nyseens, M. (Dir.) (2006). *Social enterprise*. London: Routledge.
- Pérez, B. (2012). Retóricas de turismo y desarrollo en los Andes. La red de turismo rural comunitario Pacha Paqareq, Perú. En R. Asencio & B. Pérez (Eds.). *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo en América Latina*. Colección Pasos Edita N° 8. IEP. Recuperado de <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/PSEedita8.pdf>
- Pozzebon, M., Tello Rozas, S. & Delgado, N. (2013). The use and consequences of participatory GIS in a Mexican municipality: Applying a multilevel framework. *RAE. Revista de Administração de Empresas - Journal of Business Administration* (en prensa).
- Quarter, J., Mook, L. & Armstrong, A. (2009). *Understanding the Social Economy: A Canadian Perspective*. Toronto: University of Toronto Press.
- Richez-Battesti, N. & Oswald, P. (2013). Les principes de l'économie sociale et solidaire au cœur de la stratégie des Villages Clubs du soleil. *ESPACES Tourisme et Loisir*, 310, 99-110.
- RISQ (2008). *Guide d'analyse des entreprises d'économie sociale*. Québec: Réseau d'Investissement Social du Québec.
- Rousselière, D. & Bouchard, M. (2011). À propos de l'hétérogénéité des formes organisationnelles de l'économie sociale: isomorphisme versus écologie des organisations en économie sociale. *Canadian Review of Sociology. Revue Canadienne de Sociologie*, 48(4), 415-453.
- Salamon, L. M. (1996). *The Emerging Nonprofit Sector: An Overview*. New York: Manchester University Press.
- Tello, S. & Gauthier, B. (2012). Les tontines favorisent-elles la performance des entreprises au Cameroun? *Revue d'Économie du Développement*, 26(1), 5-39.
- Tello, S. & Paredes, J. C. (2002). Turismo, pobreza y desarrollo. Una propuesta de análisis para América Latina. *Alcuth*, 1, 29-51.
- Vaillancourt, Y. (2006). Le tiers secteur au Canada, un lieu de rencontre entre la tradition américaine et la tradition européenne. *Canadian Review of Social Policy. Revue Canadienne de Politique Sociale*, 56, 23-39.
- Vásquez, E. (2012). *El Perú de los pobres no visibles para el Estado: La inclusión social pendiente a julio del 2012*. Documento de discusión DD/12/04. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Verdera, F. (2007). *La pobreza en el Perú. Un análisis de sus causas y de las políticas para enfrentarla*. Lima, Instituto de Estudios Peruanos.
- Viannay, C. (2013). VVF Village, entreprise d'économie sociale et solidaire. *ESPACES Tourisme et Loisir*, 310, 115-117.
- Vienney, C. (1980). Rapports d'activités et rapports de sociétariat. En J. G. Desforges & C. Vienney (Dir.). *Stratégie et organisation de l'entreprise coopérative* (pp. 251-286). Montreal: Éditions du Jour.
- Vienney, C. (1994). *L'économie sociale*. Paris: La Découverte.
- Weisbrod, B. (1988). *The nonprofit economy*. Cambridge: Harvard University Press.