



Gómez, Anahí Sofía M.

*Factores que inciden en la génesis y desarrollo de emprendimientos turísticos asociativos.
Caso de estudio: cooperativa de trabajo y consumo Wekintwn Ltda. y otros emprendimientos en comunidades mapuches en el Departamento de Aluminé - Provincia de Neuquén*

**Tesina presentada para la obtención del título de
*Licenciada en Turismo***

Directora: *Lic. Graciela S. Landriscini*

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el repositorio institucional RDI, que procura la reunión, el registro, la difusión y la preservación de la producción científico-académica editada e inédita de la Universidad Nacional del Comahue.

Para más información, visite el sitio:

<http://rdi.uncoma.edu.ar/>

La iniciativa está enmarcada en la Ord. N° 0173/2014, con el objetivo de reunir y brindar acceso libre y gratuito a la información científica y académica, producto de las actividades de investigación, docencia y gestión institucional, a fin de garantizar la libre disponibilidad y acceso abierto al conocimiento científico.

Licenciamiento

Esta obra está bajo una licencia Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Argentina de Creative Commons.

Para ver una copia breve de esta licencia, visite

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>.

Para ver la licencia completa en código legal, visite

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/legalcode>



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL COMAHUE

FACULTAD DE TURISMO

Licenciatura en Turismo.

TESINA:

“Factores que inciden en la génesis y desarrollo de emprendimientos turísticos asociativos”



Casos de estudio:

Cooperativa de trabajo y consumo Wekintwn Ltda., y otros emprendimientos en comunidades mapuches en el Departamento de Aluminé - Provincia de Neuquén.

Alumna: Gómez, Anahí Sofía M.

Tutora: Lic. Landriscini, Graciela S.

Neuquén, 23 de Septiembre de 2010.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco en primer lugar a mis papás por su incondicional ayuda y paciencia en mis tiempos de ausencia. Por compartir todo y cada uno de mis pasos en la carrera. Y a mis hermanos por el solo hecho de estar...;

A Belén Maccarini y Guillermo Reyes quienes me alentaron y acompañaron en esta etapa estimulándome día a día para no bajar los brazos;

A mis amigos y compañeros, especialmente a Silvina Ziaurriz, Matilde Ortiz, Angélica Gallardo y Emilio Leonetti por todos los años que hemos transitado juntos;

Agradezco también a los profesores de la Facultad de Turismo, que hicieron posible mi formación académica;

Un afectuoso agradecimiento a mi Directora de tesina Lic. Graciela Landriscini por su dedicación, esfuerzo y acompañamiento y por sus aportes teóricos y desde sus conocimientos para la realización de esta investigación;

Por último, pero no por ello menos importante, el agradecimiento y lindos recuerdos a los miembros de las comunidades mapuches Aigo principalmente al Lonko Ricardo Peña, al Presidente de la Cooperativa Ceferino Peña, Werken Carmela Cairtrúz, Gloria y Hugo Lican. A “Alain” Rodríguez, a Cecilia Rodríguez y Fabiana de la comunidad Currumil. Luisa y Yanet de la comunidad Lefiman. También a Iara y Carlos Bataglia de Parques Nacionales y Federico Hierro de Pro-Patagonia. A todos ellos por su predisposición, por compartir sus conocimientos y por la hospitalidad con que me abrieron las puertas de su Ruka. Sin su ayuda y sus aportes, no hubiera sido posible la realización de esta investigación.

Para finalizar, a Juan Ponce y Belén M. quienes cubrieron mi ausencia en las salidas de campo y que junto, a través de Eureka! hemos llevado a la práctica mucho de los valores, principios y actitudes que en este trabajo se plasman...

A todos ellos...

¡¡¡MUCHAS GRACIAS!!!

Septiembre de 2010

ÍNDICE GENERAL

| | Pág. |
|--|------|
| 1- Introducción..... | 3 |
| 2- Definición del tema y formulación del problema de investigación..... | 4 |
| 3- Definición de Objetivos..... | 7 |
| 4- Marco Teórico..... | 8 |
| 4.1- La Economía Solidaria o Economía Social..... | 8 |
| 4.1.1- El origen de la Economía Solidaria. Principales corrientes y pensadores..... | 11 |
| 4.1.2- Los emprendimientos económicos solidarios..... | 12 |
| 4.2- Las cooperativas..... | 13 |
| 4.2.1- Los orígenes del cooperativismo a nivel internacional..... | 14 |
| 4.3- Emprendedores y emprendimientos. Definiciones y características..... | 15 |
| 4.3.1- El proceso emprendedor..... | 16 |
| 4.3.2- La sociedad, el aprendizaje y los emprendimientos..... | 18 |
| 4.3.3- Los emprendimientos y el entorno. Desarrollo Local y Capital Social..... | 20 |
| 4.4- Emprendimientos turísticos..... | 23 |
| 4.4.1- Emprendimientos económicos turísticos en pueblos originarios..... | 24 |
| 4.5- Una mirada antropológica de la economía. Principales corrientes y aportes.... | 28 |
| 4.5.1- Instituciones y organización..... | 30 |
| 5- Marco de Referencia..... | 32 |
| 5.1- Breve reseña histórica sobre la creación de los Parques Nacionales..... | 32 |
| 5.1.1- Breve reseña histórica y caracterización del Parque Nacional Lanín..... | 33 |
| 5.2- Situación de las comunidades mapuches. Reseña histórica..... | 34 |
| 5.2.1- Situación de las comunidades mapuches que habitan en jurisdicción del Parque Nacional Lanín..... | 35 |
| 5.3- Las cooperativas en Argentina..... | 36 |
| 5.3.1- Antecedentes cooperativos en la zona de estudio..... | 37 |
| 5.3.2- Experiencias previas de emprendimientos asociativos de pueblos originarios y campesinos en Argentina..... | 39 |
| 6- Metodología de trabajo propuesta..... | 41 |
| 7- Resultados..... | 43 |
| 7.1- Capítulo I: El entorno y la Sociedad..... | 44 |
| 7.2- Capítulo II: Componentes Personales y Culturales..... | 56 |
| 7.3- Capítulo III: El Desarrollo de los Emprendimientos..... | 73 |

| | | |
|------|--|----|
| 7.4- | Capítulo IV: Estímulos y frenos del Sistema..... | 81 |
| 8- | Conclusiones y Reflexiones finales..... | 85 |
| 9- | Bibliografía..... | 90 |

ÍNDICE DE IMÁGENES

| | | |
|-----|---|----|
| 1- | Veranadas en el Paraje Ruca Choroy..... | 35 |
| 2- | Talleres de capacitación en el Camping Quillén..... | 52 |
| 3- | Encuentro de emprendedores en Aluminé..... | 53 |
| 4- | Veranadas en el Paraje Ruca Choroy..... | 57 |
| 5- | Área del Camping Quillén..... | 57 |
| 6- | Área del Camping Trempain..... | 58 |
| 7- | Salón Comunitario Ruca Choroy..... | 61 |
| 8- | Camping Kalfi Quitrá..... | 61 |
| 9- | Ceremonia en Quillén: MARICI VVEV..... | 65 |
| 10- | Trabajo comunitario para el Camping Quillén..... | 65 |
| 11- | Infraestructura del Camping Quillén..... | 74 |
| 12 | Infraestructura del Camping Trempain..... | 74 |
| 13- | Paraje Ruca Choroy. Instalaciones utilizadas para la Cooperativa Wekintwn | 75 |

1- INTRODUCCIÓN

La presente investigación permitirá conocer de qué modo el medio social que rodea a un grupo de personas y cómo determinados aspectos personales de estos individuos, influyen para la creación y el desarrollo de emprendimientos turísticos de tipo asociativos. Siendo el objetivo general de la presente tesina de grado, identificar los factores que permiten la creación de emprendimientos turísticos en pueblos originarios, y aquellos factores que permiten o retrasan el desarrollo de estas organizaciones.

Se ha seleccionado esta temática por el interés en generar conocimiento acerca de los emprendimientos que están llevando a cabo las comunidades mapuches. Asimismo, se considera de importancia la creación de formas alternativas de hacer economía, que complemente la actividad primaria de estas comunidades, permitiendo, de este modo, el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores, revalorizando además el patrimonio cultural y el cuidado de los recursos naturales en las zonas que se encuentran, las cuales poseen un gran valor paisajístico.

Se partió de considerar que las actitudes de los emprendedores vienen determinadas, por un lado, por factores internos que “empujan” a la persona a gestar iniciativas, como su voluntad, sus creencias, su espíritu creativo, sus necesidades, y por otro lado, por los que resultan del contexto, que “tiran” de estas personas predispuestas a convertirse en emprendedores empresariales (Díaz Bretones, s/f).

Las “unidades económica-social”, como llama López (2006) a los emprendimientos, que se investigan, pertenecen a las comunidades mapuches Aigo, Currumil y Lefiman. Son ellos: la Cooperativa de Trabajo y Consumo denominada Wekintwn Ltda., creada en enero de 2009, la cual está compuesta por cincuenta y cinco integrantes de dicha comunidad, dedicándose a la elaboración de productos alimenticios regionales y artesanías en procura de incorporarlos al mercado regional y al circuito turístico; el Camping Trempain localizado a orillas del Lago Ruca Choroy creado aproximadamente en el año 2003, administrado por la miembros de la comunidad Aigo; y el Camping Quillén localizado a orillas del lago del mismo nombre. En el año 2004 se consolidó el proyecto del mismo, el cual presenta la característica de ser un camping intercultural ya que está integrado por instituciones y organizaciones de la sociedad civil de Aluminé en conjunto con las comunidades Currumil y Lefiman.

Partiendo del supuesto de que “toda forma organizativa surge en circunstancias y momentos particulares, tanto de quienes materializan su voluntad, como de las posibilidades existentes en el medio social que garantiza su aceptación y permanencia” (Huaylupo Alcazar, 2004), es decir, que se originan en un tiempo-espacio determinado, se ha obtenido, a partir del trabajo desarrollado en esta tesina y los resultados alcanzados, generar nuevo conocimiento acerca de qué manera el medio social que rodea a una organización y los factores endógenos a ella, influyen en su génesis y desarrollo.

A partir de esto, la investigación da cuenta de las características de algunas iniciativas de tipo asociativo generadas en el área de estudio, el proceso de su creación, organización y relevancia en el medio, como así también las cualidades de sus creadores en términos de los valores y capacidades emprendedoras desplegadas en esa creación y desarrollo. Asimismo, se aportan elementos que den origen a futuras investigaciones, y que permitan reflexionar acerca de las iniciativas asociativas locales y regionales, en particular en pueblos originarios.

2- DEFINICIÓN DEL TEMA Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

Se asigna a Sigmund Freud haber escrito que “el `trabajo´ y el `amor´ son los dos pilares básicos del equilibrio emocional de todo ser humano”. En relación con ello, se recuerda que los emprendimientos cooperativos, son “la forma orgánica de la `cooperación´, ese sentimiento ancestral en innato presente en todo ser humano, que nació con los Pioneros de Rochdale en 1844 como una forma superadora del trabajo asalariado, como una respuesta natural a la agresión al trabajo digno producida por el `capitalismo salvaje´ de la época” (Zeida, 2007).

A partir de la primera revolución industrial, la creación de puestos de trabajo, ha sido y sigue siendo una necesidad insatisfecha y creciente en todo el mundo, no solamente por el crecimiento cuantitativo de la población, sino también por el crecimiento de la oferta de bienes y servicios que exige disponer de ingresos para hacerse de ellos (Zeida, 2007).

A nivel nacional y local, se han añadido a la dinámica mundial contradictoria de los negocios de las últimas décadas, ciclos de crisis del tipo de la del 2001 a 2002 -a la que hoy se suman las derivaciones de la recesión de escala mundial desatada en el 2008- que impulsan a millones de individuos a la necesaria búsqueda de nuevas alternativas de generación de empleo, ingresos y medios para sobrevivir, gestando, en consecuencia, formas diversas de autoproducción y gestión local, y en las que los agentes de cambio son los propios individuos de la comunidad.

Entre esas alternativas, ha surgido la opción del autoempleo¹ como un medio para evitar la exclusión, la desocupación y la pobreza. Es así que, en estos ciclos y acontecimientos, la actividad emprendedora de autoproducción, subsistencia y cooperación cobra gran importancia y moviliza energías que recuperan los valores de solidaridad y defensa de la identidad, junto a la tenacidad y creatividad que suele caracterizar al trabajo por cuenta propia.

En línea con lo anterior, esta tesina pretende *estudiar la incidencia de factores del contexto social y algunos de los que caracterizan a sus gestores, en el origen y desarrollo de emprendimientos turísticos asociativos*. Los emprendimientos de la economía de la solidaridad se manifiestan como formas asociativas de grupos sociales que, por razones culturales, económicas y sociales -entre otras-, revelan necesidades insatisfechas y/o condiciones de pobreza, esto es, un nivel de vida bajo, con carencias múltiples, y/o que se encuentran excluidos de la sociedad. Fiel reflejo de ello, son los pueblos originarios que actualmente padecen estas problemáticas. En otros casos, la asociación se fundamenta en la necesidad de encarar actividades que por su escala y complejidad requieren de un número de agentes y medios que aconseja sumar esfuerzos de distintas unidades detrás de objetivos comunes que se concretan en modalidades organizativas diversas.

Es sabido, que dentro de lo que se conoce como la **Economía “de la Solidaridad”** se desenvuelven iniciativas asociativas de diferentes sectores y grupos, cuyo accionar suele quedar comprendido en lo que se conoce como “**el tercer sector de la economía**”. Dado el interés que revisten las mismas, como forma alternativa de producción y distribución y satisfacción de necesidades de grupos humanos, la presente investigación se ha propuesto estudiar los *emprendimientos asociativos generados y/o administrados por habitantes que pertenecen a pueblos originarios en algunas zonas de la provincia de Neuquén*.

¹ El autoempleo es la actividad de una persona que trabaja para ella misma de forma directa en unidades económicas de su propiedad, que la dirige, gestiona y que obtiene ingresos de las mismas. Puede realizarse de dos formas, una en forma individual y otra en forma colectiva (Wikipedia, 2009).

Con este objeto, se investigaron tres casos particulares: una cooperativa de trabajo y consumo y dos campings organizados, uno de ellos ubicado en el paraje Ruca Choroy al igual que la cooperativa y el otro en la cuenca del río Quillén a pocos kilómetros de la ciudad de Aluminé. Esta ciudad se articula con destinos turísticos del Corredor de los lagos Patagónicos, a través de la Ruta Provincial N°23. Además de los servicios básicos para el turismo, esta ciudad dispone de variadas alternativas para el turismo no convencional como por ejemplo, cabalgatas, trekking, rafting, etc., para cuyo desarrollo, aprovechar el conocimiento local acumulado de quienes residen en los sitios o sus proximidades constituye un recurso insustituible.

El contacto directo con los integrantes de las comunidades mapuches en el sitio permite intercambiar impresiones, vivencias y saberes, como así también adquirir artesanías producto de su trabajo. Las familias se dedican particularmente a la cría de ganado vacuno y lanar, siendo el mismo escaso, resultando sólo para consumo privado, lo que permite definir su actividad como de autoproducción y subsistencia.

Vale destacar que en los últimos tiempos, distintas comunidades de pueblos originarios de la región han visto en la actividad del turismo una oportunidad de comercialización y revalorización de la cultura mapuche, un mecanismo de comunicación de sus valores, creencias y capacidades, al tiempo que un medio de obtención de ingresos. Muchos son los turistas que año a año se interesan por visitar las comunidades a fin de obtener algún tipo de conocimiento sobre sus costumbres, tradiciones y formas de vida, la relación con la naturaleza y modalidad productiva, así como con la inquietud de hacerse de productos artesanales, resultado de la transformación de recursos de la zona. En muchos casos, la falta de producción específica para la venta, o la falta de escala comercial, dificultan o impiden esos intercambios.

Es así que las distintas Comisiones Directivas de las comunidades mapuches -junto a otras instituciones- han evaluado la conveniencia de elaborar proyectos para poner en marcha actividades productivas y de servicios sobre la base de recursos de la naturaleza, a fin de ofrecerlas a los visitantes, que les permitan, en un trabajo conjunto y con una organización específica, un aprovechamiento sustentable ambiental y social de los recursos del área. Buscan evaluar -por caso- alternativas para desarrollar campings a orillas de los ríos, arroyos y lagos, con exposición y venta de artesanías y comidas típicas, cabalgatas, caminatas, etc., presentando así una variedad de opciones turísticas en tierras aborígenes con base en la lógica de la sustentabilidad integral, recuperando saberes, experiencias y valores propios de su cultura, que dan cuenta de su racionalidad existencial.

Esta elección por el turismo, en el marco de la economía sustentable con eje en la preservación del ambiente natural y social, constituiría una interesante fuente de ingresos para la Comunidad con trabajo concreto y beneficio en dinero, que puede balancear o compensar la estacionalidad que imponen los ciclos de otras actividades y ayudar a financiar la puesta en marcha de otros proyectos.

Por lo expuesto, resulta de interés estudiar los casos de emprendimientos asociativos mapuche como alternativa económica de autoconsumo y revalorización de la cultura, procurando conocer sus características y su inserción en la actividad turística regional y el grado de integración cultural entre los pueblos. Ello por cuanto se considera que la formación del emprendimiento asociativo constituye un hecho significativo, ya que se supone que el mismo a través de su desarrollo fortalecerá los lazos entre los grupos aborígenes locales y los valores culturales propios.

Adicionalmente, se presume que fortalecerá su organización, estimulará la creatividad y puesta en valor de los recursos, y ayudará a disminuir la migración -en particular de los jóvenes- en busca de alternativas de obtención de ingresos- hacia centros urbanos, donde las posibilidades de inserción laboral digna son limitadas, al tiempo que se pierde el nexo con su territorio, produciendo un debilitamiento de su capital sociocultural original y “ampliado” (Caracciolo Basco y Foti Laxalde, 2003).

Se parte de considerar –asimismo- que el fomento del trabajo cooperativo y solidario es de gran importancia, entre otras cosas, para fortalecer lazos asociativos en el aprendizaje, en la producción y la gestión de recursos. Estos modelos de organización aportan al mejoramiento de la calidad de vida y al desarrollo humano en tanto ponen el eje en la cooperación y la dignidad del trabajo sustituyendo o reduciendo el peso de los valores y estrategias centrados en el interés individual, la competencia y el asistencialismo. Estas opciones, pueden ser superadas si se potencian las capacidades cognitivas y organizativas locales en el desarrollo de emprendimientos comunitarios. De este modo, los pobladores pueden avanzar en reemplazar lazos clientelares y lazos competitivos por lazos cooperativos, y la dependencia pasiva ante planes asistenciales, por la asociación creativa, la organización para la producción, y la multiplicación de saberes y capacidades a partir de la experiencia, la prueba y error. En este marco, las iniciativas asociativas fortalecen lazos solidarios de ayuda mutua, uniendo esfuerzos, combinando cooperación y voluntad de superación, al estimular la creación de organizaciones en las que el capital material e intangible es de carácter asociativo, y el trabajo integrado articulador de experiencias y saberes se constituye como un capital social ampliado, lo que permite obtener resultados que difícilmente en forma individual podrían obtenerse.

Por otro lado, resulta de vital importancia el accionar cooperativo, principalmente en estos tiempos en los que el mundo camina por vías del individualismo y la falta de solidaridad, rutas opuestas a las que transita la cooperación, y en los que se diversifican los modos de hacer economía (-producir, distribuir, intercambiar y consumir-) a partir de lazos solidarios. En tal sentido, es que la Economía Social que refiere a este tipo de iniciativas, atraviesa actualmente un interesante proceso de adaptación, redefinición y remodelación, en tanto absorbe nuevos sectores económicos y combina múltiples formas organizativas para la realización de todo tipo de actividades humanas ligadas a la conservación y reproducción de la vida. Más allá del tipo de unidades económicas-sociales a que dan lugar, estas organizaciones tienen como centro la persona y el trabajo, y no el capital material; son organizaciones que desarrollan actividades económicas al servicio de quienes se asocian y de la sociedad. En esa línea de principios, ha pasado a utilizarse alternativamente (Francia) la expresión “**economía solidaria**” para contraponerla a la **economía social “establecida**” (o tradicional), discutiendo sobre el mantenimiento de los principios originales más allá del tipo de organización (formal o informal), reafirmando el compromiso con los principios y valores que inspiran la Economía Social como sector diferenciado.

Vale señalar que, respecto a la cuestión objeto de estudio de esta tesina, en la región se cuenta con escasas investigaciones con rigor científico. Por lo tanto, se considera valioso conocer específicamente aquellos factores que dan surgimiento, y que favorecen y/o restringen el desarrollo de emprendimientos de este tipo. Ello constituye el fundamento primario que otorga sentido a esta investigación, bajo el supuesto de que el entorno cultural, institucional y ambiental, y el tejido de relaciones humanas, es el que influye en determinado grupo social estimulando o frenando la creación de un tipo de empresa específica.

3- DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Objetivo General

Analizar los factores que dieron lugar al surgimiento de la cooperativa de trabajo y consumo Wekintwn, el camping Trempain, ambos de la comunidad mapuche Aigo, y el camping Quillén administrado por las comunidades Currumil y Lefiman, y aquellos que promueven y/o restringen su desenvolvimiento.

Objetivos Específicos

- Indagar acerca de los *factores del medio social* que influyeron en la creación de la cooperativa Wekintwn, el camping Trempain y el Camping Quillén, como las condiciones del contexto; las actividades de capacitación; la dinámica de las organizaciones locales; y la existencia o no de influencias de agentes externos a ella, sean locales o de fuera de la región.
- Indagar acerca de los *componentes personales y culturales* de los integrantes de los emprendimientos en cuestión que influyeron en la creación de éstos, tales como: motivación inicial; intereses y actitudes emprendedoras; subjetividad y valores culturales de los integrantes; cuestiones simbólicas, objetivos personales, necesidades a satisfacer; trayectorias y capacidades.
- Indagar sobre los *factores internos* al emprendimiento que permiten y/o restringen el desarrollo de la cooperativa tal como los objetivos asociativos; recursos; visión institucional; identidad; sentido de pertenencia al grupo; liderazgo; comunicación y participación de los integrantes; rutinas, trayectorias y capital de conocimiento y experiencia acumulada.
- Indagar los *factores externos* al área de estudio que permiten y/o restringen su desenvolvimiento. Estímulos y frenos del sistema: políticas, incentivos, barreras, dinámica social y económica.

4- MARCO TEÓRICO.

En el entendimiento de que la indagación teórica apunta a conceptualizar el problema motivo de la investigación, se ha recurrido a la revisión de los enfoques que aportan los conceptos claves relacionados con la temática, y sus relaciones, a fin de poder comprender y articular los ejes principales que abarcan al tema de estudio: el problema, los objetivos y el planteo metodológico.

Se presentan los temas partiendo de un enfoque macro hasta llegar a la definición de los emprendimientos en comunidades aborígenes. Se comienza por contextualizar el ámbito que dio origen a las formas asociativas a investigar, definiendo el concepto y características de la Economía Solidaria y los emprendimientos solidarios, siendo uno de ellos los emprendimientos cooperativos y las asociaciones. Luego se exponen los conceptos de emprendedor y emprendimiento. Finalmente, se abordan las modalidades y cuestiones específicas de emprendimientos turísticos y emprendimientos turísticos originados por comunidades aborígenes.

1- La Economía Solidaria o Economía Social.

Una primera búsqueda acerca del concepto, ha permitido obtener la siguiente definición: La Economía Solidaria es una respuesta real y actual a los más graves problemas sociales de nuestra época, tal como “la pobreza, la marginación y la exclusión que afectan a multitudes de seres humanos, sectores sociales y pueblos enteros en diversas regiones del mundo; asimismo, es una respuesta a la desocupación y la cesantía de porcentajes elevados y crecientes de la fuerza de trabajo. Este tipo de economía, ha demostrado en muchos casos ser una alternativa capaz de conducir organizadamente a muchos trabajadores informales, a operar con mayor eficiencia, permitiendo la inserción social y el progreso de vastos sectores que despliegan de modo independiente iniciativas que le generan ingresos y elevan su precario nivel y calidad de vida” (...). Agrega además que, “la economía de la solidaridad constituye, en tal sentido, una contribución relevante al potenciamiento y desarrollo de las búsquedas de economías alternativas eficientes” (Obtenido en página web ¿Qué es la economía solidaria?).

La revisión de textos permitió conocer los aportes de La Serna. Para el investigador en la temática, quien ha revisado múltiples experiencias en Argentina y América Latina, teorizando acerca de la cuestión en el marco de las políticas sociales y acerca del trabajo, la economía de la solidaridad tiende a ocupar, bajo nuevas reglas, lo que el Estado y el mercado abandonaron. En efecto, la insuficiencia de las políticas sociales en la órbita del Estado producto de los ajustes estructurales, como la defección del mercado en tanto proveedor de empleo, han activado a nivel social mecanismos que tienden a generar nuevas vías de lucha contra la exclusión (La Serna, 2008).

Razeto, por su parte, identifica diez caminos que llevan al desarrollo de la economía solidaria. Son:

➤ Las situaciones de **pobreza y marginalidad** en la que se encuentran inmersos grandes grupos sociales les plantean la necesidad de establecer estrategias de supervivencia, realizando actividades económicas informales y por cuenta propia para obtener los ingresos que les aseguren la satisfacción de sus necesidades básicas. De este modo, dichos grupos van asumiendo que trabajando juntos es posible iniciar y desarrollar actividades de mayor envergadura y que individualmente no podrían lograrlo (ejemplo: compras comunitarias).

- **Empresas e instituciones** que conociendo la realidad de las personas en situación de pobreza incluyen en su funcionar económico acciones **solidarias** para con estas personas (Ejemplo: Casos de Responsabilidad Social Empresaria).
- **El trabajo** es siempre en alguna medida una actividad social, creando y reforzando vínculos, relaciones y valores de solidaridad entre los trabajadores (Ejemplo: movimientos de trabajadores para recuperar empresas, caso Hotel Bauen en la ciudad de Buenos Aires).
- Desde situaciones y vivencias de **marginación** y extrañamiento emergen constantemente iniciativas tendientes a motivar, promover y efectuar la participación social en diferentes niveles, dando lugar a la conformación de organizaciones sociales que adoptan los más variados tipos y modos de funcionamiento (Ejemplo: etnias, inmigrantes, barrios marginados, etc.).
- Existe en toda sociedad humana una “**energía transformadora** que genera tensiones, búsquedas, acciones y conflictos que dinamizan la sociedad, impiden la autocomplacencia del orden establecido y orientan la experiencia humana por nuevos derroteros”. Por lo tanto, en la economía de solidaridad, encuentran cabida oportunidades los “caídos” del sistema económico y social, y en ella pueden entregar todo su aporte creativo aquellas personas que aspiran a concretizar e impregnar la vida y el orden social con ideas y valores más altos.
- La necesidad de “**otro desarrollo**”, de un desarrollo alternativo, sustentable, integral. Esto se considera necesario porque el desarrollo económico, tal como se viene dando en la actualidad, parece haber traspasado límites razonables, tendiendo a generar más problemas que beneficios: desequilibrios ecológicos, desintegración social, deterioro tendencial de la calidad de vida, pérdida del sentido humano del proceso, etc.
- Otros casos surgen de la preocupación por el **deterioro del medio ambiente**, y de la formación de la conciencia de que los desequilibrios ecológicos se originan en la economía.
- Otra vía hacia la economía de la solidaridad surge de la **problemática de género y de la familia**, a partir de los nuevos roles y la creciente participación de la mujer en la sociedad.
- Un noveno camino es el que se origina en los **pueblos y etnias originarios**, en las diversas comunidades indígenas que buscan rescatar sus culturas ancestrales y reconstituir sus tradicionales modos de vida (...). En la actualidad, ninguno de ellos conserva intactas sus tradiciones (...) pero permanecen latentes y vigentes en ellos los valores estructurantes de sus culturas tradicionales. (...) Esta vivencia de la marginación está despertando en muchos de ellos cierta tendencia a revalorizar sus modos tradicionales de hacer economía, sea por reacción contra una forma de estructuración y funcionamiento del sistema económico que los excluye, o por la simple necesidad de subsistir en un contexto adverso. Es también la forma en que los mismos pueblos indígenas, o algunos sectores dentro de ellos, reafirman su identidad ante la amenaza que les plantea la homogenización cultural inducida por los medios de comunicación social.

El esfuerzo por recuperar sus valores e identidad cultural se vincula estrechamente a la revalorización de formas de trabajo, tecnología, organización, distribución y reproducción económica que objetivan aquella cultura, formas económicas que se distinguen por sólidos elementos comunitarios y de integración solidaria. Las economías de los pueblos originarios de América Latina se caracterizaban por tener como sujeto principal a la comunidad, integrada en base a formas de propiedad comunitaria, al trabajo colectivo y a relaciones de reciprocidad y cooperación.

➤ Un último camino conducente al desarrollo de la economía de la solidaridad es el **espiritual** (Razeto, 1999).

Retomando el primer camino hacia el desarrollo de la economía de la solidaridad identificado por Razeto “pobreza y marginalidad”, cabe considerar los aportes realizados por Max Neef sobre la cesantía de trabajo y la insatisfacción de necesidades. Este autor manifiesta que un individuo que sufre una prolongada cesantía de su trabajo, cae en una especie de “montaña rusa” emocional, la cual comprende, por lo menos, cuatro etapas: (a) shock; (b) optimismo; (c) pesimismo; y (d) fatalismo. La última etapa representa la transición de la inactividad a la frustración y de allí a un estado final de apatía donde las personas alcanzan su más bajo nivel de autoestima. Expresa además, que es evidente que la cesantía prolongada de trabajo perturba totalmente el sistema de necesidades fundamentales de las personas. Debido a los problemas de subsistencia, las personas se sienten cada vez menos protegidas; en esa situación, las crisis familiares y los sentimientos de culpa pueden destruir las relaciones afectivas; a partir de ello, la falta de participación dará cabida a sentimientos de aislamiento y marginación y la disminución de la autoestima puede provocar, como ya se ha mencionado, crisis de identidad.

Al respecto, agrega el autor que “concebir las necesidades tan sólo como carencia implica restringir su aspecto a lo puramente fisiológico, que es precisamente el ámbito en que una necesidad asume con mayor fuerza y claridad la sensación de `falta de algo””. Sin embargo, en la medida en que las necesidades comprometen, motivan y movilizan a las personas, son también *potencialidad* y, más aún, pueden llegar a ser *recursos*. Para suplir estas necesidades se encuentran los “satisfactores”. Estos no son solamente los bienes económicos disponibles que presuntamente satisfacen necesidades, sino que también están referidos a todo aquello que, por representar formas de ser, tener, hacer y estar, contribuyen a la realización de necesidades básicas humanas. Pueden incluir entre otras, formas de organización, valores y normas, espacios, contextos, comportamientos y actitudes.

A partir de ello, el autor, define las necesidades humanas como “un sistema en que las mismas se interrelacionan e interactúan. Las necesidades humanas fundamentales son finitas, pocas y clasificables. Son las mismas en todas las culturas y en todos los períodos históricos. Lo que cambia a través del tiempo y de las culturas, es la manera o los medios utilizados para la satisfacción de las necesidades” (Max Neef, 1986).

Y en cuanto a los “satisfactores” de estas necesidades, los clasifica en: (a) *Violadores o destructores*: en este caso, el bien o servicio con el pretexto de satisfacer una necesidad, no solo aniquila la posibilidad de su satisfacción plena, sino que imposibilita además la satisfacción adecuada de otras necesidades; se podría tomar como ejemplo los planes asistenciales otorgados por el Estado por largo tiempo que superado un momento de crisis puntual van generando acostumbramiento y dependencia, y anulando la posibilidad autónoma de crear alternativas, y desarrollar capacidades de autogestión; (b) *Pseudo-satisfactores*: crean una falsa sensación de satisfacción de una necesidad determinada. Pueden también, en ocasiones aniquilar la posibilidad de satisfacer la necesidad a la que originalmente apuntan. En gran medida, son inducidos a través de medios de persuasión; (c) *Inhibidores*: según el modo en que satisfacen una necesidad determinada, dificultan seriamente la posibilidad de satisfacer otras. Generalmente se hallan ritualizados; (d) *Singulares*: satisfacen una sola necesidad, siendo neutros a la satisfacción de otras; y, (e) *Sinérgicos*: por la forma en que satisfacen una necesidad determinada, estimulan y contribuyen la satisfacción simultánea de otras necesidades, un ejemplo sería la creación de emprendimientos.

1.1- El origen de la Economía Solidaria. Principales Corrientes y Pensadores.

El concepto de economía asociativa y solidaria remite en primera instancia al pensamiento de la corriente de los Socialistas Utópicos europeos del siglo XIX, quienes, a partir de “la cuestión social”, fueron críticos del desarrollo capitalista basado en la acumulación material y monetaria sobre la base de la relación de trabajo asalariada, su filosofía y resultados, e impulsaron como alternativa la organización de iniciativas diversas de economía social y propugnaron cambios institucionales desde el Estado que se orientaran en tal sentido, en particular la planificación, la seguridad social y la educación.

En el siglo XX, se identifican dos corrientes principales que se enrolan en esa línea de pensamiento, surgidas en la década de los ´80 en plena crisis de las economías y sociedades posterior a los años dorados del desarrollo capitalista de postguerra.

Por un lado, la *Corriente Latinoamericana*, de la que es su máximo exponente Razeto, quien sostiene, como fuera desarrollado en párrafos anteriores, que la “**economía solidaria**” surge en la informalidad para enfrentar problemáticas específicas y diversas tal como la falta de trabajo, la discriminación racial y de género, la preocupación por el medio ambiente, (conscientes de los desequilibrios ecológicos producto de la economía capitalista), entre otros. En ese marco, las personas establecen lazos de ayuda mutua, cooperación y solidaridad recíproca como algo inherente a través del cual se busca la satisfacción de las necesidades humanas (Razeto, 1999).

Max Neef, por su parte, señala que esta economía está estructurada por pequeñas empresas populares y solidarias, las cuales conforman lo que él ha denominado como “mundo invisible” y dentro de un paradigma que él propugna referido a la búsqueda de un desarrollo sustentable (Max Neef, 1986).

Y Coraggio expone que la economía social se desenvuelve como “**economía del trabajo**” y “**economía popular**”, reproductora de la vida, uniendo a nuevos sectores (nuevos pobres) y revalorizando su capital social a través de valores y experiencias, las cuales han sido el eje para la movilización social buscando juntos nuevas formas colectivas de subsistencia. Constituye para él una alternativa a la economía capitalista, reproductora del capital (Coraggio, 1999, 2004 y 2007).

Por otro lado, se encuentra la *Corriente Europea*. En ella se encuadra Laville quien expresa que el concepto de “economía solidaria” ha sido creado para designar a las organizaciones de la “Nueva Economía Social”, que surgen en respuesta a la crisis del modelo de desarrollo basado en la sinergia Estado-mercado, propulsor de la producción y consumo de masas, y centrado en agentes económicos articulados en grandes organizaciones y en relaciones capital-trabajo de base corporativa, que implicaba la separación y jerarquización de las economías (producción fordista y pequeña producción artesanal y/o manufacturera) (Laville, 2004; Argudo Pérez, 2002; Defourny, Develtere y Fointeneau, 2001).

1.2- Los emprendimientos económicos solidarios.

Con referencia a la cuestión, se ha tomado la definición de Gaiger. El autor considera que “los emprendimientos económicos solidarios abarcan diversas modalidades de organización económica, originadas en la libre asociación de los trabajadores, con base en principios de autogestión, cooperación, eficiencia y viabilidad, aglutinando a los individuos excluidos del mercado de trabajo, o motivado por las fuerzas de sus convicciones y en búsqueda de alternativas colectivas de supervivencia. Los emprendimientos económicos solidarios llevan a cabo actividades en los sectores de la producción o de la oferta de servicios, de la comercialización y del crédito. Se presentan en grupos de producción, asociaciones, cooperativas y empresas de autogestión y combinan sus acciones económicas con acciones de índole educacional y cultural, valorando el sentido de la comunidad de trabajo y el compromiso con la colectividad social en la cual se insertan” (Gaiger, 2004).

Señala Gaiger que los emprendimientos de la economía solidaria abarcan modalidades de trabajo a las cuales recurren los individuos que viven comúnmente del empleo de su fuerza de trabajo y en las cuales encuentran amparo categorías sociales puestas al margen de los sistemas convencionales de ocupación y de distribución de la riqueza, dependientes del sector privado y del Estado. Expresan así, una desviación de la economía popular de base doméstica y familiar, o también, en alguno de sus segmentos, una reconversión de la experiencia obrera del trabajo, a través de la socialización de los medios de producción y la democratización del poder económico (Gaiger, 2004).

Según el autor, el *surgimiento* de emprendimientos solidarios parte de la unión de cinco circunstancias: (a) la presencia de prácticas y tradición asociativa, comunitaria o de clases, motivando un sentimiento de pertenencia a un pasado común y de reconocimiento mutuo, particularmente una identidad de trabajo; (b) la existencia de organizaciones populares legítimas y activas; (c) la reducción de las modalidades convencionales de subsistencia; (d) la mediación de organismos representativos o de apoyo, capaces de canalizar la demanda social hacia alternativas asociativas; y (e) la formación de un escenario político e ideológico que reconozca como relevante esas demandas sociales y las alternativas a las cuales apuntan.

Razeto, por su parte, establece que como todo emprendimiento, el emprendimiento solidario necesita de un capital y financiamiento, siendo éstos uno de las dificultades a su desarrollo al no tener mecanismos que permitan acceder a ellos. Destaca, sin embargo, que en las empresas solidarias, prima el factor trabajo por sobre el factor capital por ser una asociación de personas.

Además, establece un factor económico que hace a estas iniciativas competitivas y diferentes al resto de las organizaciones a pesar de la problemática de capital, tecnología y mano de obra especializada que poseen. Este es el denominado por el autor como “Factor C”, que se forma producto de la “Colaboración”, del “Compañerismo”, de la “Comunidad”, del “Compartir”, del “Cooperar” y “Comercializar” en conjunto, denominaciones que le dan características propias a este sector. Afirma así que como no se puede producir sin capital o sin trabajo, tampoco se puede producir sin el Factor C. En las empresas de la Economía Solidaria se ve cómo este Factor C es capaz de sustituir las insuficiencias de otros elementos que son compensados por un tipo de comunicación y creatividad a través del trabajo en grupo, constituyéndose en una gran ventaja comparativa y competitiva de las empresas solidarias frente a otras empresas².

² Artículo extraído de la web: Economía Solidaria y Desarrollo Social. Reseña de la ponencia presentada en el Seminario “Economía Solidaria: El desarrollo con todos y para todos”. Caracas. 1997. <http://www.economiasolidaria.net/textos/articulos/Venezuela1997.php>

Este Factor, “(...) se manifiesta en la cooperación en el trabajo, que acrecienta la eficiencia de la fuerza laboral; en el uso compartido de conocimientos e informaciones que da lugar a un importante elemento de creatividad social; en la adopción colectiva de decisiones, en una mejor integración funcional de los distintos componentes de la empresa, que reduce la conflictividad y los costos que de ésta derivan, en la satisfacción de necesidades de convivencia y participación que implica que la operación de la empresa proporciona a sus integrantes una serie de beneficios adicionales no contabilizables monetariamente, pero reales y efectivos; en el desarrollo personal de los sujetos involucrados en la empresa, derivados de la comunicación e intercambio entre personalidades distintas”. También se manifiesta “(...) en la comercialización conjunta, en consumir asociativamente, en distribuir los resultados de la operación económica de manera justa y equitativa, en acumular excedentes que serán utilizados en beneficios de todos, en preocuparse de los efectos que puede tener la propia actividad económica sobre la comunidad y el medio ambiente en que están insertos, y en impulsar objetivos compartidos y defender intereses comunes” (Razeto, 1998: pp. 30-31 en Giuseppina Sara Da Ros, s/f).

En resumen, el objetivo principal de la Economía de la Solidaridad es suplir las necesidades materiales de sus miembros, así como sus aspiraciones no-monetarias, de reconocimiento, inserción social, autonomía, fortalecimiento de la subjetividad, etc. (Nyssens, 1996 en Gaiger, 2004, Verísimo Veronese, 2007).

Por último, vale mencionar lo expresado por Caillé referente a que la economía solidaria quiere ser pública y oficial, expuesta a la luz del día, lo que basta para diferenciarla completamente de las economías en negro, clandestinas o mafiosas (Caillé: pp. 18, en Coraggio, 2009).

2- Las Cooperativas.

Como se ha expuesto, una de las modalidades en que se concreta en la praxis la Economía de la Solidaridad es por medio de las cooperativas. Según definición dada por el INAES (Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social) que funciona en la órbita del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (Argentina), “Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática” INAES y ACI (Congreso del Centenario, 1995).

Toda entidad cooperativa nace y se origina con el propósito de satisfacer necesidades en forma directa o indirecta: Por esta razón, es que se asocian individuos con un mismo objetivo. Es así como existen diversos tipos de cooperativas, las cuales se pueden clasificar de acuerdo al objeto social para el que han sido creadas. A modo de ejemplo se pueden citar, las cooperativas agrarias, de servicios, de vivienda, de transporte, de ahorro y crédito, de trabajo y de consumo, entre muchas otras clasificaciones.

Vale recordar, que la presente investigación aborda el estudio de las dos últimas formas de cooperativas, siendo el tipo de organización que ha formado la Comunidad Mapuche Aigo en Ruca Choroy, uno de los casos estudiados dentro de la problemática seleccionada.

En función de ello, a partir de conceptos difundidos por el INAES, se desarrolla brevemente la conceptualización de las cooperativas de trabajo y de consumo:

Cooperativas de consumo: son aquellas en las que se asocian los consumidores para conseguir mejores precios en los bienes y artículos masivos.

Cooperativas de trabajo: están formadas por trabajadores que ponen en común su fuerza laboral para llevar adelante una empresa de producción de bienes o de servicios para la venta en el mercado en forma directa o a través de terceros, o para la subsistencia familiar. El objetivo de estas cooperativas es promover y mantener a sus socios ocupados en puestos de labor, a tiempo parcial o completo, a través de la organización en común de la producción de bienes y servicios para terceros.

Es sabido que las cooperativas se basan en valores de *ayuda mutua; esfuerzo propio, responsabilidad; democracia; igualdad; equidad; solidaridad y libertad*. Además, sus miembros, por lo general, sostienen los valores éticos de sus fundadores, como son: *honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás*. Dichos valores se ponen en práctica a través de los Principios Cooperativos que son las reglas de base para su funcionamiento. Estos principios son: (a) membresía abierta y voluntaria; (b) control democrático de los miembros; (c) participación económica de los miembros; (d) Autonomía e independencia; (e) Educación, entrenamiento e información; (f) Cooperación entre cooperativas y compromiso con la comunidad (ACI: Asociación Cooperativa Internacional, 1995).

La actualización de dichos principios en tiempos de la globalización da cuenta de que: “Más de 760 millones de personas en todo el mundo han optado por los beneficios que ofrecen las cooperativas. Han comprobado que la cooperativa, como forma de organización, puede mejorar sus vidas. Los valores, principios, la ética y la competencia comercial son las ventajas que estas organizaciones solidarias ofrecen tanto a sus miembros, como a las comunidades en las que operan. Las cooperativas dan importancia primordial a las personas; los mismos dueños son sus miembros; las rigen principios democráticos; y son empresas competitivas, por lo menos, tan eficientes en sus operaciones comerciales y en el uso de su capital como las demás empresas del mercado. Con todo, no es el afán de lucro lo que las motiva, sino las necesidades de las personas. Estas características, que las distinguen de las empresas tradicionales son las que le permitirán competir y prosperar en el tercer milenio” Mensaje de la ACI para el Tercer Milenio (2009).

2.1- Los orígenes del cooperativismo a nivel internacional.

Sintéticamente se puede decir, retomando ideas expuestas en puntos anteriores, que, a fines del siglo XVIII y comienzos del XIX surgieron las Cooperativas en la Europa occidental insular y continental, como una reacción natural de los asalariados para defenderse de las injusticias y los abusos generados por la aparición de la importante fuerza tecnológica de la Revolución Industrial, y para enfrentar el desempleo, la explotación en extenuantes jornadas de trabajo, las limitaciones a la libertad de trabajo, y para garantizar la subsistencia. Por caso en la “cooperativa de consumo” y producción de Rochdale en 1844 “suministrar productos de calidad a precios justos” (Argudo Périz, 2002).

En este contexto, se difundieron las ideas de los pensadores socialistas convencidos de que las soluciones a los más graves problemas sociales de la época provocados por el modo de organización económica capitalista, podían encontrarse en organizaciones cooperativas. Fue así que en el ámbito socioeconómico, el cooperativismo se ocupó de defender a las personas en su doble carácter de: consumidores y productores, a través de la asociación en empresas propias que tenían como objetivo principal atender las necesidades comunes, y al consumidor como protagonista, manteniendo la unidad entre economía y ética, al tiempo que reclamaba al Estado la intervención sobre la dinámica capitalista a fin de reformar los modos de organización económica.

Las cooperativas, las granjas y aldeas comunitarias (falansterios) a través de su accionar de autoproducción y consumo, promovieron la dignidad de los productores-trabajadores-consumidores, y enfrentaron a la intermediación que encarecía el precio de los bienes básicos innecesariamente, ya que, en general, su participación era superflua, estéril y se aprovechaba indebidamente del esfuerzo ajeno^{3 4}.

A lo largo del siglo XIX y XX, las cooperativas han sufrido cambios organizacionales y de gestión y han agregado áreas de trabajo (el crédito, la vivienda, los servicios, etc.). No obstante, siguiendo la línea de ideas de los pioneros, ha permanecido el respeto fundamental por los valores de la solidaridad y por la dignidad de las personas, y una creencia en su capacidad para mejorar económica y socialmente mediante la ayuda mutua, siendo su eje la mejor y más sustentable satisfacción de las necesidades y no la búsqueda de lucro. En la actualidad el Movimiento Cooperativo⁵ está representado por la ACI⁶ (Asociación Cooperativa Internacional), la que, como fuera señalado, ha reafirmado en oportunidad de su centenario (Manchester, 1995) la identidad cooperativa, al expresar que “siguiendo la tradición de sus fundadores, los socios cooperativos hacen suyos los valores éticos de la honestidad, la transparencia, la responsabilidad y la vocación sociales” (Argudo Périz, 2002).

3- Emprendedores y emprendimientos: Definiciones y características.

Con referencia a la conceptualización de “**emprendedores**” y “**emprendimientos**”, existen diferentes enfoques que definen el espíritu emprendedor. Uno de ellos parte de las dimensiones económicas, el cual tiende a considerar al emprendedor como un “tomador de decisiones” dentro de un ámbito económico, sin que los aspectos personales sean un factor que influya en las decisiones (Masson 2000, Genero de Rearte, en Leiva Bonilla s/f). El otro enfoque es el interdisciplinario, el cual se divide en dos corrientes: la de rasgo o psicológica, y la de proceso o conductual (Gartner 1988, en Leiva Bonilla s/f). En la primera corriente, se toma al emprendedor como poseedor de condiciones innatas que lo predeterminan como tal. Estas condiciones se definen como necesidad de logro, independencia, locus de control, autoconfianza, pensamiento intuitivo y orientación a la acción (Mc Clelland, 1982 en Gibb and Ritchie, 1982). La segunda, por su parte, considera que el emprendedor “se hace” y no nace. Así, Gibb and Ritchie establecen que “la creación de empresas es un proceso social llevado a cabo por individuos que se “hicieron” a través de las distintas relaciones e influencias sociales ocurridas a lo largo de su vida” (Gibb y Ritchie, 1982).

³ Gide, Charles, uno de los intelectuales del cooperativismo y la economía social, caracterizaba en esas épocas a las clases rentistas e intermediarias como parasitarias. Floreal Forni; (2004): (Compilador) *Los caminos solidarios de la Economía Argentina*. Ed. CICCUS. Buenos Aires.

⁴ En la historia del cooperativismo, se señala como una de las primeras experiencias cooperativas a la surgida en el año 1844, producto de los esfuerzos desplegados para mejorar las condiciones de trabajo por Robert Owen (1771-1858). También se puede mencionar a otros pensadores quienes han realizado una crítica filosófica a los valores de la acumulación capitalista y en la crítica proponían que la solución de los problemas sociales resultantes de ella se lograría a través de la cooperación entre los individuos. Así, se puede nombrar a Charles Fourier, Saint Simon, Charles Gide y Friedrich Wilhelm Raiffeisen, entre otros.

⁵ El movimiento Cooperativo es un movimiento social que define la cooperación de sus integrantes en lo económico y social como medio para lograr que los productores y consumidores, integrados en asociaciones voluntarias denominadas cooperativas, obtengan un beneficio mayor para la satisfacción de sus necesidades.

⁶ La ACI es una organización no gubernamental independiente.

Por su parte, Shapero, quien se encuadra dentro de esta última corriente, define que “el acto emprendedor es complejo y no puede explicarse por un único factor”. Agrega, que es la culminación de un proceso único y personal, que está influido por aspectos culturales, económicos, sociológicos y psicológicos (Shapero, 1984, citado en Leiva Bonilla, s/f).

A partir de ello, se define al emprendedor⁷ como una *persona innovadora capaz de entender las debilidades o necesidades del mercado y transformarlas en oportunidades de negocio*.

Un emprendedor sería -entonces- aquel sujeto capaz de dar un uso diferente a algo ya existente o que es capaz de crear algo nuevo en la comunidad que habita.

El espíritu emprendedor es un rasgo que algunas personas u organizaciones poseen, y del cual otras están totalmente desprovistas. La trayectoria -en el sentido de aprendizaje acumulado y los vínculos entablados a lo largo del tiempo- y la influencia del entorno es un elemento que incide en la existencia o no de dicho espíritu. Se puede decir, entonces, que la principal diferencia que existe entre un individuo común y un emprendedor es su **actitud**, es decir, la capacidad y voluntad que tiene de afrontar riesgos, las motivaciones personales que lo empujan a “emprender” una acción o conjunto de acciones, la búsqueda de desarrollo personal, y la convicción de actuar en situaciones de incertidumbre, entre otras.

Consecuentemente, “sería más adecuada la utilización del concepto **conducta emprendedora**´ en vez de la de **emprendedor**´ ya que -en principio- no está asociado al desarrollo de una determinada actividad, sino a características del comportamiento de una persona, por lo que, cuando hablamos de emprendedores deberemos pensar en individuos, aunque éstos desarrollen una actividad común o de manera colectiva” (Díaz Bretones, s/f).

Por lo tanto, es importante remarcar que, de la *actitud emprendedora* depende en gran parte el éxito del emprendimiento. Por ello resulta significativo el fomento y desarrollo de estas actitudes.

Stevenson señala al respecto, que el entorno es importante y que es más factible que un individuo pueda tener comportamientos emprendedores si se desenvuelve en un contexto en el que se facilita el reconocimiento de la oportunidad y su persuasión (Stevenson, 2000, citado por Formichela, 2004).

3.1- El proceso emprendedor.

Por su parte en Kantis, se exponen diferentes corrientes de pensamiento que han realizado aportes acerca de la “**empresarialidad**”. Algunas perspectivas han estado centradas en el “rol empresarial”, otras en los “atributos del emprendedor”, pero surge una tercera corriente que reemplaza a éstas -las cuales se concentraban en torno a “quién es un emprendedor”- y se comenzó a focalizar el estudio en el “**proceso de creación de empresas**” (Kantis, 2004).

Dentro de esta última corriente se encuadra Shapero quien explica el “**evento empresarial**” a partir de cuatro condiciones:

⁷ La palabra emprendedor proviene del francés *entrepreneur* (pionero) para identificar a los aventureros que como Colón venían al Nuevo Mundo sin saber con certeza que esperar de su travesía. Hoy en día, es ese mismo comportamiento que se despliega frente a la incertidumbre, disponiendo de mayor o menor información y recursos el que caracteriza al emprendedor. Luego, a lo largo de la historia del emprendedorismo, el vocablo ha sufrido modificaciones en su definición. Posteriormente, se fue utilizando el término para identificar a quien comenzaba una empresa y el término fue ligado a empresarios innovadores.

- *factores de desplazamiento*: son los que llevan a una persona a romper con su trayectoria de vida previa y a inclinarse por la carrera empresarial; pueden ser positivos (deseo de realización) o negativos (salir del desempleo);
- *disposición a actuar* por parte de quién emprenda;
- *credibilidad en el proyecto*; y
- *disponibilidad de recursos*.

Por su parte, para Gibb y Ritchie, el desarrollo exitoso del emprendimiento depende de cuatro factores clave: (a) la idea; (b) la disponibilidad y obtención de recursos; (c) la habilidad del emprendedor y; (d) su nivel de motivación y compromiso. Y el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ha definido un marco conceptual que articula los diversos factores que actúan sobre el proceso emprendedor para explicar su incidencia sobre el crecimiento económico y los clasifica en dos grandes grupos: (a) el de las condiciones inherentes al contexto nacional y, (b) el de las condiciones del contexto social, cultural y político. Ambos influyen, a su vez, sobre las actividades y capacidades emprendedoras, que, junto con las oportunidades para emprender, definen la dinámica de los negocios y, por último, acaban contribuyendo al crecimiento económico (GEM, 1999, en Kantis s/f).

Al desarrollar la cuestión, Kantis en sus investigaciones sobre América Latina y Argentina (2004) refiere al “**Sistema de desarrollo emprendedor**”, definiéndolo como el “conjunto de elementos y factores que inciden sobre el proceso emprendedor contribuyendo u obstaculizando el nacimiento y desarrollo de emprendedores y de empresas tanto en términos cuantitativos como cualitativos”. Este enfoque sistémico considera distintos tipos de factores que contribuyen a comprender la naturaleza compleja y contextual del proceso emprendedor y que inciden sobre la formación de la motivación y las competencias para emprender, la identificación de oportunidades de negocios, la elaboración del proyecto, la decisión de emprender, el acceso a los recursos y la gestión del desarrollo de la empresa. Estos factores los agrupa en ocho categorías:

- **Condiciones sociales y económicas**: inciden en el perfil de los hogares de donde salen los potenciales emprendedores. El nivel de ingreso también influye en la empresarialidad.
- **Cultura y sistema educativo**: la cultura es el conjunto de normas y valores de una sociedad. La familia, el sistema educativo, las empresas en las que ha trabajado anteriormente y los medios de comunicación definen contextos especialmente influyentes sobre la cultura e inciden en la formación de la motivación para emprender.
- **Estructura y dinámica productiva**: la estructura productiva, condiciona el tipo de experiencia laboral y profesional que las personas pueden adquirir antes de ser empresarios y, por consiguiente, pueden contribuir en diverso grado al desarrollo de competencias emprendedoras en la población trabajadora y en la formación de sus redes de relaciones. La dinámica de los distintos sectores o mercado y la magnitud de las barreras a la entrada influyen en la índole de las oportunidades para iniciar nuevas empresas y, en consecuencia, en la naturaleza de las firmas que se crean (Audretsch, 1997 en Kantis, 2004).
- **Aspectos personales**: el perfil socio demográfico del emprendedor y las competencias para emprender.

- **Redes del emprendedor:** la existencia de redes sociales, institucionales, y comerciales pueden impulsar el proceso emprendedor. Las redes pueden ser analizadas desde una doble perspectiva: estructural y procesal. En el primer caso, el grado de desarrollo de las redes y su perfil se ven influidos por la existencia de ambientes socioeconómicos diversos. El desarrollo de redes es también una construcción de los emprendedores que puede variar su incidencia en el proceso de creación de una empresa en función de los esfuerzos y de las competencias de los propios emprendedores para “tejer relaciones”. Ello no significa desconocer que, en realidad, la propensión y la competencia de los emprendedores para tejer redes pueden verse afectadas por su formación o por el microclima sociocultural en el que operan.
- **Mercado de factores:** el funcionamiento del mercado de factores influye sobre el acceso a los recursos financieros, a la oferta de los trabajadores calificados o de servicios profesionales, a los proveedores de insumos y equipamiento, etc. Estos factores inciden en la etapa de lanzamiento de la empresa y en su desarrollo inicial.
- **Regulaciones políticas:** esta categoría incluye el conjunto de normas y políticas que inciden sobre la creación de empresas y afectan, por ejemplo, las oportunidades de negocios y el acceso a ellas, la adquisición de vocaciones y competencias y el ingreso al mercado.

3.2- La sociedad, el aprendizaje y los emprendimientos.

Formichela por su parte, señala: “La existencia del espíritu emprendedor, junto con la capacidad que tenga una sociedad para producir y asimilar cambios, son favorables para el crecimiento y el desarrollo económico” (...). Así, para que la actividad emprendedora sea un complemento positivo para el logro del desarrollo local, es necesario “*endogeneizarlo*” y adaptarlo a las particularidades de cada región. Para esto, es necesario conocer y analizar estas particularidades con la conciencia de que hay una retroalimentación entre el medio y las capacidades emprendedoras de los individuos. Esto se debe a que, por un lado, el contexto influye sobre estas capacidades, y por otro, los miembros de una región con sus cualidades, creencias y trayectoria influyen en las características que tendrá dicha región (Formichela, 2004).

Entre la articulación del entorno y la organización, se incorpora la cuestión de la “**trayectoria**”, categoría en la que resalta el aprendizaje a lo largo del tiempo, los conocimientos tácitos, las tareas y experiencias a cargo, los logros, las pruebas y errores, y los vínculos tejidos en ellas a lo largo de la vida cotidiana que van transformando las personas y las organizaciones y condicionando sus comportamientos y estrategias. Dicho concepto incorporado por los economistas evolucionistas es central en la mirada de las actividades emprendedoras desde la Socioeconomía (Nelson y Winter, 1977).

En tal sentido, es central también la consideración de la **información** como recurso estratégico en la actividad emprendedora y en la gestión de unidades económicas, sean ellas empresas capitalizadas o iniciativas de autoproducción. El acceso a la información y la capacidad de procesamiento de los flujos de ella, distinguen unas unidades de otras, en tanto ellas como agentes heterogéneos difieren en sus competencias, creencias y expectativas.

Es que, desde un enfoque evolucionista, las unidades económicas son consideradas como agentes heterogéneos y limitadamente racionales, que actúan en ambientes inciertos y complejos, aplicando rutinas que cambian sólo lentamente a lo largo del tiempo. Las rutinas de las empresas son estructuras previsibles y regulares de comportamientos que son el producto de procesos de aprendizaje y conducen a esquemas repetitivos de actividad, constituyendo la “memoria organizacional” que orienta la toma de decisiones. Pueden ser entendidas como comportamientos que se estiman apropiados y efectivos para los contextos donde son empleados cada unidad económica ante una determinada situación. A la vez, a lo largo del tiempo, dichas unidades se transforman y cambian e incluso pueden mutar de actividad principal. Ello por cuanto desarrollan procesos de aprendizaje acumulativo a través de los cuales se van formando no sólo sus rutinas, sino también sus competencias, capacidades, creencias y estrategias. Es en este sentido que Winter define a las empresas como “repositorios de conocimiento” y organizaciones que evolucionan (López, 2006:16, Dosi, 1988, Dal Bó y Kosacoff, 1998: 136 y sgtes., Nelson, 1991).

Los cambios en ellas, entonces, tienen, en parte, un origen endógeno, basado en estos procesos de aprendizaje que las llevan a modificar estrategias y acumular competencias. Sin embargo, obviamente, esas unidades también reaccionan frente a las transformaciones que ocurren en su medio ambiente. En tal sentido, la noción de *path dependence* es central⁸, y muestra que lo que una unidad económica -o firma del tipo que sea- puede hacer, y las decisiones que puede tomar, están condicionadas -en gran medida- por sus capacidades y experiencias previas (Dosi, 1988). Es así, que ante un cambio en las condiciones del entorno, las decisiones en la firma tienen un fuerte componente inercial, en tanto que la incorporación de nuevas competencias y capacidades supone un proceso de aprendizaje que no es instantáneo. En este contexto, las elecciones de las firmas no están completamente determinadas por el marco en el que ellas actúan, sino que, ante un mismo contexto institucional y económico -incluso las unidades que operan en un determinado sector- pueden adoptar estrategias y decisiones diferentes, en función de sus objetivos, estructuras, capacidades y trayectoria. Es que los agentes del sistema económico no son sujetos pasivos de los cambios en el ambiente, sino que pueden modificarlo, o al menos intentar hacerlo, de modo que sea más favorable para su supervivencia y crecimiento. Por otra parte, el entorno selectivo puede premiar o no a los agentes que emprenden, invierten o innovan (López, 2006: 17).

De esto surge que: “no será igual un proceso emprendedor en un lugar que en otro, es decir que la manera de encararlo dependerá de las características de la región y su población. Y no cualquier territorio posee la masa crítica de recursos materiales e intangibles, organizativos y humanos, necesaria para llevar a cabo un emprendimiento” (Gorenstein 2003, citado en Formichella, 2004:30).

En términos de políticas “pro empresarialidad”, agrega Kantis que la sociedad debe reforzar modelos de rol que impulsen el espíritu empresarial. Aunque este tipo de valores se transmiten por muy diversos medios, un programa de desarrollo emprendedor puede desempeñar un papel de impulsor inicial, de forma tal que se genere toda una dinámica nacional de reconocimiento al emprendedor. En este sentido, pueden tomarse casos de empresarios de distintos perfiles y sectores como punto de partida y difundir sus experiencias por medios masivos (Kantis, 2004).

⁸ Un proceso es *path dependence* cuando su historia previa tiene efectos duraderos sobre su evolución posterior. Generalmente, estos procesos se caracterizan por la existencia de equilibrios múltiples, contingentes a la evolución anterior del proceso en cuestión. (López, 2006: 17)

Así, la adquisición de competencias empresariales no debe dejarse exclusivamente circunscripta a la experiencia laboral. Los restantes sistemas mencionados (educación, capacitación, familia) deben reforzar, junto al cambio cultural antes esbozado, la adquisición de capacidades y motivaciones empresariales. Puede ser considerado como un factor motivador para la creación de nuevas empresas (J. C. Leiva Bonilla, 2004).

3.3- Los emprendimientos y el entorno. Desarrollo Local y Capital Social.

Como se ha visto en el punto anterior, la sociedad y el entorno que rodean a los emprendimientos tienen influencias notables sobre su creación y desarrollo. Asimismo, cabe referenciar brevemente qué impactos económicos tienen los emprendimientos en su medio social y en la ecología.

Con ese fin, se retoma en primer lugar la definición de Desarrollo Local de Albuquerque, quien lo define como un “proceso que mejora la calidad de vida, superando las dificultades por medio de la actuación de diferentes agentes socioeconómicos locales (público y privado) con recursos endógenos y fomentando el aumento de capacidades. (...) Puede decirse que el Desarrollo Local es *Humano*, porque además del progreso material, busca el progreso espiritual de los individuos particulares y de toda la comunidad. Es *territorial*, porque crece en un espacio que opera como unidad. También es *multidimensional* porque abarca diferentes esferas de la comunidad y es *integrado* porque articula diferentes políticas y programas verticales y sectoriales. El Desarrollo Local es *sistémico*, porque supone la cooperación de actores y la conciliación de intereses de diferentes ámbitos. Es *sustentable*, porque se prolonga en el tiempo. Es *institucionalizado*, *participativo*, *planificado* e *innovador*, especialmente porque innova en el modelo de gestión. Por lo tanto, el Desarrollo Local, es un *desarrollo endógeno*. Y por ello resulta tan importante para el mismo, la existencia de cualidades emprendedoras en los individuos habitantes del territorio que busca desarrollarse” (Albuquerque, en Formichella, 2004).

Por su parte, Caracciolo Basco y Foti Laxalde definen al Desarrollo Local como “un proceso de prácticas institucionales participativas, que, partiendo de las fortalezas y oportunidades de un territorio determinado, conduce a mejorar los ingresos y calidad de vida de su población de manera sostenible y con niveles crecientes de equidad” (Caracciolo Basco y Foti Laxalde, 2003: 25). Y proponen que una de las formas de alcanzar el Desarrollo Local es por medio de formas económicas asociativas y participativas, que buscan los beneficios colectivos.

Las autoras establecen la relación entre **capital social**, economía solidaria y desarrollo local. Y señalan que el capital social es un capital de “relaciones” sociales, pudiendo ser institucionalizado y garantizado socialmente bajo un nombre común que indique la pertenencia a un grupo. Retomando a Bourdieu, afirman que este capital se mantiene y reproduce mediante relaciones de intercambio, a través de las cuales se reafirma, renovándose el reconocimiento mutuo (Bourdieu, 2000), a lo que agregan que el capital moviliza recursos -pudiendo ser estos económicos- lo cual favorece el desarrollo local de un territorio. La base del desarrollo local es su perfil productivo, logrando así el mejoramiento de la calidad de vida de la mayoría de la población. Para que esto resulte viable, el proceso económico territorial debería priorizar las formas solidarias de la producción.

Por otro lado, las autoras desarrollan el concepto de “*acumulación del capital social*”. Esto es, la evolución de un estado de transformación de un “capital social simple” hacia estadios más complejos que conforman un “capital social ampliado”. El primero corresponde a las relaciones cotidianas entre familiares, y/o vecinos, o por lazos étnicos. Estos vínculos son totalmente informales, pero cuando estas personas deciden asociarse con otras, y/o en o con grupos, etc., detrás de objetivos comunes, y formulan en conjunto estrategias y planes de acción, el capital social pasa a ser acumulado, con mayor grado de formalidad, desenvolviéndose en ámbitos institucionales amplios, defendiendo intereses compartidos (defensa de una fuente de trabajo, del medio ambiente local, la búsqueda de alternativas de generación de ingresos, etc.). Esto lleva a una mayor participación de los miembros y un mayor grado de pertenencia a los grupos sociales a los cuales representan. Se tejen compromisos, se establecen acuerdos, se procesan diferencias de visiones o de estrategias, se encararan negociaciones y gestiones, se definen contratos y evalúa su cumplimiento, se corrigen rumbos, se establecen plazos, prioridades y roles, y generan nuevas relaciones. Se conforman organizaciones y modelan instituciones. Esta construcción social se desenvuelve en el tiempo y el espacio, y configura un territorio, en el que la trayectoria de los miembros y su aprendizaje son parte de la trayectoria y el aprendizaje del conjunto (Caracciolo Basco y Foti Laxalde, 2003: 59-66).

El marco conceptual más general del que parte Bourdieu consiste en la distinción entre tres formas de capital: (a) el económico (constituido por los ingresos, la fortuna, el patrimonio, etc.), (b) el cultural (dentro del que distingue a su vez tres estadios: el “incorporado”, esto es, el poseído como parte integrante de la persona, también llamado “*habitus*”; el “objetivado” en forma de bienes culturales como libros, pinturas, instrumentos, maquinas o equipo de creación, etc.; y el “institucionalizado”, (determinado fundamentalmente por la posesión de grados escolares, títulos, etc.) (Bourdieu, 1979: 3-6); y (c) el capital social (el conjunto de redes sociales que un actor puede movilizar en provecho propio y de su comunidad). Las tres formas de capital, según Bourdieu, se hallan interrelacionadas, destacándose en la base de esta interrelación en la dinámica de la sociedad actual (capitalismo globalizado) el interés económico. Así, la posesión de mayores niveles de capital social y cultural posiciona mejor a la persona para la adquisición de cantidades crecientes de capital económico.

El capital social es un recurso capaz de movilizar otros recursos (del capital económico, político y cultural) para generar o ampliar “beneficios” económicos, culturales, políticos y sociales. Sin embargo, se trata de un recurso necesario pero no suficiente. Desde este punto de vista, el concepto de capital social apunta entonces a focalizar una dimensión de la sociedad constituida por “relaciones o conexiones entre organizaciones”, que están en la base o “*atraviesa*” a todos los demás tipos de capital. Por tanto, el capital social se puede clasificar en función de los objetivos principales de las organizaciones primarias que lo constituyen en: “capital social económico” (federaciones cooperativas, movimientos sociales que incluyen actividades económicas, redes comerciales como ferias francas, clubes de trueque, etc.), “capital social cultural” (redes o consejos de universidades, redes de ONG de promoción del desarrollo o de asistencia a emergencias sociales, etc.) y “capital social político” (alianzas o frentes políticos, movimientos de derechos humanos, etc.) (Caracciolo Basco y Foti Laxalde, 2003: 48-49, Portes, 1999: 248).

En esa línea, el capital social es más que una organización en sí misma, es definido por las autoras como “la vinculación o relación social que se establece entre dos o más organizaciones, las que a su vez se juntan con el fin de realizar determinadas prácticas e instrumentar una serie de recursos en común para la obtención de un beneficio u objetivo superior al que puede alcanzar cada una de las organizaciones en forma separada” (Caracciolo Basco y Foti Laxalde, 2003: 40-41, Putnam, 1993: 167, 1995, Bourdieu, 1979: 3-6).

Autores latinoamericanos aportan además el concepto de *red* y señalan que pertenecer a una red significa trabajar con otros, formando parte de un proceso donde se intercambia información, se generan nuevos conocimientos, se potencian las experiencias, se intercambian recursos, se desarrollan prácticas integradas y se construyen modelos replicables a otros proyectos (Poggiere y otros, 1999).

Otros autores otorgan un valor económico a la confianza, en la medida en que reduce el costo de las transacciones económicas. En el caso de América Latina, se ha aplicado el modelo teórico basado en la confianza, la solidaridad, la normatividad y la participación ciudadana para estudiar el capital social. Así, el Informe sobre el capital social en la Argentina realizado por el Banco Mundial (2001) lo define como “las redes, asociaciones, normas y valores que les permiten a las personas actuar en forma colectiva para producir una externalidad positiva a favor de las mismas o de la comunidad”, agregando que les interesan tanto las “acciones participativas” como los “valores de confianza y solidaridad”. Centra la definición en la participación en las “acciones colectivas” frente a crisis o conmociones, como en las organizaciones más formalizadas, que clasifica según su mayor grado de estructuración y relación con el entorno en “aglutinantes”, “de puente” y “vinculantes”. Parte así de la premisa de que “los beneficios del capital social radican en el papel que la participación y la confianza desempeñan en las interacciones sociales”; centra el estudio de los “niveles y determinantes de la participación y confianza”, y halla como resultado que “los argentinos con altos niveles de confianza tanto en otros ciudadanos en general como en la eficacia de sus instituciones públicas y la de sus compatriotas muestran, por lo regular, mayores niveles de participación y confianza interpersonal”, llegando a la conclusión que lo contrario resulta “un obstáculo al desarrollo del capital social en Argentina” (Banco Mundial 2001: 4 y 27, en Caracciolo Basco y Foxi Laxalde, 2003:42-43).

4- Emprendimientos turísticos.

A partir de lo anterior, vale hacer mención a la importancia de la creación y desarrollo de los emprendimientos turísticos tanto para el desarrollo local como para el desarrollo personal de los integrantes.

La actividad turística, como puesta en valor de recursos paisajísticos, desde los comienzos de su desarrollo contemporáneo, ha ido evolucionando hacia el concepto de actividad económica con un marcado interés mercantil e inmobiliario-rentístico, generalmente dejando de lado el cuidado por el medio ambiente, el paisaje, el patrimonio cultural, entre otros, más allá de los objetivos y el perfil de los emprendimientos turísticos. De este modo, han crecido muchas ciudades turísticas en el mundo y en el país sin planificación, impulsadas por la lógica del mercado, entregándose tierras a empresarios y corporaciones, en muchos casos parte de cadenas internacionales, con fines de poner en marcha grandes emprendimientos vacacionales, nacionales o extranjeros, promovidos con estímulos crediticios o tributarios, restringiendo la participación de los sectores de menor disponibilidad de recursos en términos de capital económico financiero e inserción en los canales comerciales, en los procesos de planificación y gestión turística, tal como ha ocurrido en varios lugares de la Patagonia.⁹

La actividad turística ha sido y sigue siendo considerada como “una alternativa de desarrollo generadora de divisas y de empleo”, pero en la actualidad, además de esto, la actividad ha cobrado importancia también, como actividad económica y social que promueve el desarrollo en regiones que poseen características naturales y culturales capaces de generar desplazamientos de turistas y recreacionistas, transformándose así, en una alternativa de crecimiento económico para áreas no incluidas en los circuitos tradicionales y masivos.

Es indudable que la nueva conformación económica del turismo responde a la ampliación de mercados, no sólo en espacios ya estructurados, sino también en espacios de desarrollo reciente o no aprovechado, con nuevas modalidades. Ello se vincula directamente a los cambios de valores, gustos y motivaciones de los turistas que ya no buscan un turismo masivo, sino que eligen realizar dicha actividad en espacios más exclusivos, propiciando con ello la creación de empresas para un nuevo turismo con posibilidades de éxito, como es el turismo alternativo (Getino, 2002 en Zizumbo Villarreal, 2007).

En este sentido, Zizumbo Villarreal en su tesis de doctorado en Sociología (2007) expresa que “las comunidades rurales cuentan con las bases de la organización comunitaria, y reflejan la capacidad de los actores locales para crear mejores condiciones de producción y distribución de la riqueza. Entonces, si toda sociedad conforma un sistema de relaciones constituido por grupos interdependientes en un ámbito socioeconómico, el desarrollo local endógeno, visto desde dentro y desde abajo con un enfoque comunitario, plantea la oportunidad de democracia en un ámbito como el turismo, el cual ha estado marcado por los beneficios particulares, donde la riqueza generada en el territorio producto de las relaciones sociales son objeto de negociaciones y de poder”.

⁹ A modo de ejemplo, se puede citar el caso de Piedra Pintada donde un inversionista italiano posee 1.700 hectáreas que incluyen “el Lago Pulmarí, el Cerro Piedra Pintada, pinturas rupestres y un cementerio mapuche” en Aluminé. Extraído de Ñ, revista de cultura. Artículo: “Los Mapuches y la luchas por sus tierras” por Federico Noguera. 2009.

En nuestros días, el turismo cultural es una de las últimas formas de movilidad superior que caracteriza al hombre contemporáneo. Estos movimientos se dirigen no solamente al conocimiento del paisaje o al goce de un clima privilegiado, sino que los atraen por igual, el hombre de otros lugares, sus costumbres y monumentos que mantienen todavía latente el ritmo acompasado de su historia y ese rastrear el pasado se convierte en una de las más poderosas seducciones (Zizumbo Villarreal, 2007).

En la actualidad, hay una valoración cada vez mayor de las prácticas de turismo comunitario. Una de las características que presenta dicha modalidad es la “*dimensión humana de la aventura*”, promoviendo un encuentro entre personas de diversas culturas con el fin de conocer y aprender de sus respectivos modos de vida. De este modo, el factor humano y cultural de las experiencias es lo que captura y estimula al turista por sobre el contacto con la naturaleza. Y el conocimiento del hábitat natural en el que se desenvuelven las culturas nativas es parte integral de la “aventura humana” que buscan los turistas.

Otra característica singular de esta modalidad de turismo es que promueve la preservación de la identidad étnica, la valoración y la transmisión del patrimonio cultural en todas sus formas. “Las fuerzas del mercado por si solas pueden garantizar la promoción y la valoración mercantil de la diversidad cultural, pero no su preservación y transmisión en beneficio de las generaciones futuras” (Zizumbo Villarreal, 2007).

Esta incapacidad de salvaguardar el patrimonio se ha podido ver en los últimos 30 años en el modelo de turismo masivo de “sol y playa”, cuyas motivaciones mercantilistas causaron los mayores daños, algunos irreversibles, tanto a la naturaleza como a la cultura de las comunidades locales. Las culturas autóctonas poseen un carácter específico en la medida en que son portadoras de valores, de significado histórico y de identidad. Por lo tanto, sus expresiones no pueden ser equiparadas a insignificantes mercancías de consumo masivo.

4.1- Emprendimientos económicos turísticos en pueblos originarios.

Según García Canclini, la Antropología se ha ocupado más del estudio de las diferencias entre grupos, o la resistencia a la inserción Occidental que de la elaboración de conceptos para interpretar cómo los grupos indígenas reproducen en su interior el desarrollo capitalista o construyen con él formaciones mixtas (García Canclini, 2001).

Este autor establece que en los pueblos campesinos mestizos, incluso en aquellos donde cambió el lenguaje y se abandonó la indumentaria tradicional, subsisten aún rasgos “de la cultura material, las actividades productivas, las pautas de consumo, la organización familiar y comunal, las prácticas médicas y culinarias y gran parte del universo simbólico”. La “desindianización” -en palabras de este autor- provoca en ellos “la ruptura de la identidad étnica original”, no obstante, siguen teniendo conciencia de ser diferentes al asumirse como depositarios de un “patrimonio cultural¹⁰ creado a lo largo de la historia por esa misma sociedad” (Guillermo Bonfil Battalla, 1988, en García Canclini, 2001).

¹⁰ La definición dada por la UNESCO sobre **patrimonio cultural** distingue el patrimonio tangible del intangible. El patrimonio tangible incluye el patrimonio arqueológico y arquitectónico, las manifestaciones objetuales y las expresiones letradas y documentales. Por su parte, el patrimonio intangible abarca las siguientes categorías: las lenguas, la tradición oral, las técnicas culturales y escénicas, el conocimiento tradicional, las representaciones de arte, los ritos y eventos festivos y las otras ofertas organizadas (circuitos y rutas, etc.) (Maldonado, Carlos 2007).

Por otro lado, en las ciudades donde la ruptura es todavía más radical, “muchos integrantes de origen indio o campesino (...) mantienen vínculos con sus comunidades y los renuevan periódicamente; se organizan aquí para mantener la vida como allá, hasta donde las circunstancias lo permiten: ocupan pequeños espacios urbanos que van poblando con los de allá; se organizan y apoyan según pueblos y regiones de origen; celebran las fiestas y hablan entre ellos su propia lengua” (Guillermo Bonfil Battalla, 1988, en García Canclini, 2001).

El problema identificado por García Canclini, es que esos universos de prácticas y símbolos antiguos estarían extinguiéndose o debilitándose por el avance de la modernidad. En medio de las migraciones del campo a la ciudad que desarraiga a los productores y usuarios del folclor¹¹, frente a la acción de la escuela y las industrias culturales, la simbólica tradicional sólo puede ofrecer “estados de conciencia dispersos, fragmentados, donde coexisten elementos heterogéneos y diversos estratos culturales tomados de universos muy distintos” (Brunner en García Canclini, 2001). Así, el folclor mantiene cierta cohesión y resistencia en comunidades indígenas o zonas rurales, en espacios urbanos de marginalidad extrema.

García Canclini expresa además que “todos estos usos de la cultura tradicional serían imposibles sin un hecho básico: la continuidad en la producción de artesanos, músicos, danzantes y poetas populares, interesados en mantener su herencia y renovarla. La preservación de estas formas de vida, de organización y pensamiento se explica por razones culturales, pero también, por los intereses económicos de los productores que buscan sobrevivir o aumentar sus ingresos”. Señala además, que la incorporación de los bienes folclóricos a circuitos comerciales, muestran que la expansión del mercado necesita ocuparse también de los sectores que resisten el consumo uniforme o encuentran dificultades para participar en él. Además, manifiesta que si muchas ramas del folclor crecen es porque los Estados latinoamericanos incrementaron en las últimas décadas el apoyo a la producción, por diferentes razones: crear empleos que disminuyan la desocupación y el éxodo del campo a las ciudades; fomentar la exportación de bienes tradicionales; atraer al turismo; y aprovechar el prestigio histórico y popular del folclor para cimentar la hegemonía y la unidad nacional bajo la forma de un patrimonio que parece trascender las divisiones entre clases y etnias.

¹¹ El folclor está constituido por un conjunto de bienes y formas culturales tradicionales, principalmente de carácter oral y local, siempre inalterables. El folclor entendido de esta manera, constituye lo esencial de la identidad y el patrimonio cultural de cada país. El progreso y los medios modernos de comunicación, al acelerar el “proceso final de desaparición del folclor”, desintegran el patrimonio y hacen “perder su identidad” a los pueblos americanos (Carta del Folclor Americano aprobado por la OEA en 1970).

Arias Incollá en las Primeras Jornadas del Mercosur sobre Patrimonio Intangible ha expresado que, probablemente, cualquier manifestación del patrimonio cultural, tal como un símbolo patrio, una antigua canción, una danza regional, un refrán, una receta típica, entre otros, no poseerían un valor patrimonial si el sentimiento de pertenencia e identidad¹², la sensibilidad y la valoración popular estuvieran ausentes. Estos rasgos culturales conforman un conjunto de creaciones basadas en la tradición de una comunidad, cuyos representantes son los responsables directos de difundirlos por transmisión oral u otros medios. De este modo, todas las identidades son construcciones sociales. “La identidad cultural permite plantear un principio de diferenciación, y nos otorga reconocimiento que puede ser positivo o negativo; toda persona posee un sentimiento de identidad fruto de múltiples pertenencias a los diversos grupos a los cuales nos identificamos; nos reconocemos como hombres, mujeres; tenemos una identificación política; a las personas no nos unen intereses comunes, proyectos, experiencias vitales; construimos un sentimiento de apego al propio grupo ya sea en función del idioma, herencia cultural, territorio, todo ello genera personas únicas e irrepetibles, ya que la esencia de la identidad, radica en la existencia de la diferencia; yo no existo sin el otro” (Arias Incollá, 1997).

En el contexto de los países Latinoamericanos, lo “**comunitario indígena**”, nos remite a un sujeto colectivo con derechos y obligaciones, regido total o parcialmente por sus propios valores, normas e instituciones ancestrales (sociales, culturales, económicas y políticas) o por una legislación especial. En la esfera institucional, lo comunitario se expresa a través de complejos procesos de toma de decisiones, asignación de roles y responsabilidades, rendición de cuentas, solución de conflictos, aplicación de justicia y represión de delitos cometidos por sus miembros de acuerdo al derecho consuetudinario (Maldonado, 2005)

Así, lo comunitario indígena designa a un sujeto social histórico, con derechos y obligaciones, cuya cohesión interna se sustenta en la identidad étnica, la posesión de un patrimonio común y la aceptación de un conjunto de principios, valores, normas e instituciones consuetudinarios, cuyo fin último es el bienestar común y la supervivencia del grupo con su identidad propia.

Continuando con lo comunitario, pero en la **esfera empresarial**, designa una forma cualitativamente diferenciada de propiedad, organización productiva y fines perseguidos (con respecto a la empresa privada y la empresa pública), que se rige por el control social de los recursos y el reparto equitativo de los beneficios que reportan al ser valorados a través del mercado. La **empresa comunitaria** forma parte de la economía social, o del llamado tercer sector como ya se ha mencionado, al igual que las cooperativas, asociaciones, mutuales y otras formas de producción fundadas en los valores de solidaridad, cooperación laboral y autogestión en busca de la eficiencia económica que genera la lógica asociativa (Maldonado, 2005).

¹² La identidad se define como la manera en que los miembros de un colectivo (nación) consideran como propias las instituciones que dan significado y valor a los componentes culturales de su sociedad y su historia, sobre la base de atributos, rasgos, símbolos que les permite reconocerse como tales. Habrá identidad siempre que haya diferencias en base a los mismos criterios. La construcción de una identidad se da frecuentemente por la conciencia de pertenencia a una institución. El respeto a determinados valores actúa como fuerza de cohesión de los grupos frente a los otros a los que se presumen despojados de estos valores.

Este autor, agrega además que hoy en día se puede ver “la existencia de un cierto número de comunidades convencidas de que el turismo puede significar, o representa ya, para sus miembros, una fuente de beneficios reales, como condiciones materiales de vidas mejoradas, bienestar social, expresiones culturales renovadas y lazos culturales fortalecidos”. Postula que “gracias al turismo, muchas comunidades están tomando conciencia del gran potencial que poseen sus **activos patrimoniales** como son los recursos culturales, naturales, físicos y humanos, donde se busca valorizar los primeros y desarrollar las competencias técnicas y empresariales de estos últimos, a los efectos de enfrentar eficazmente las presiones competitivas del mercado globalizado. De este modo, el turismo abre vastas perspectivas para la innovación y para poner en juego el cúmulo del **capital social** comunitario¹³, es decir el conjunto de conocimientos colectivos, prácticas, técnicas productivas y formas de cooperación ancestrales que generan eficiencia económica y que han asegurado la supervivencia secular de un grupo social. Definido de esta manera, el capital social es un factor de desarrollo, una fuente de crecimiento económico y un medio de valorización del patrimonio comunitario” (Maldonado, 2007).

Asimismo, el mencionado autor establece que en el campo de la **actividad turística**, las comunidades indígenas y rurales persiguen objetivos generales y específicos complementarios. Entre los primeros destaca un control más seguro y autónomo de los recursos patrimoniales, de los beneficios que se generan y de las instancias de gestión que se instituyen con este propósito (autogestión). Su fin, no es generar lucro ni apropiarse individualmente de las utilidades obtenidas, sino establecer un reparto equitativo, para la reinversión en proyectos de carácter social o productivo, con la finalidad de superar la situación de pobreza que afecta a la gran mayoría de las comunidades. Como objetivo específico se suele citar el fortalecimiento de la cohesión social y la afirmación de la identidad cultural, premisas indispensables para alcanzar un desarrollo sostenible.

La OIT¹⁴ apunta al fenómeno del desarrollo de las comunidades indígenas a partir de políticas de desarrollo, para promover una economía sustentable en el modelo económico actual, donde puedan mantener sus tradiciones ancestrales.

Moujan establece que el estudio de la cultura nativa en relación con la actividad turística, en general se centra en destacar y resaltar aspectos diferentes que pueden actuar como atractivos motivacionales de los turistas para realizar su viaje a determinado destino. Esto se puede ver en guías de turismo, folletos, entre otros, cuando hacen referencia a los pueblos originarios, a sus artesanías y prácticas cotidianas. “Así, los patrimonios de las culturas étnicas, creaciones para el uso doméstico y ritual, se convierten en artesanías y tradiciones folclóricas rescatadas, etiquetadas y fomentadas en la medida que sirva como atractivo y adorno para el turismo nacional e internacional” (Bartolomé y Barabas, 1986 en Fernández Mouján, 2008). Desde este punto de vista, el concepto de cultura, se convierten en “herramienta descriptiva de rasgos o pautas descontextualizadas, `ahistoricas`, diseñadas para el consumo de los turistas” (Fernández Mouján, 2008).

¹³ El paradigma del capital social comunitario es considerado en los círculos académicos y del desarrollo como un factor de progreso capaz de contribuir a superar la situación de exclusión social y marginación política de las comunidades indígenas. John Durston: “Construyendo capital social comunitario. Una experiencia de empoderamiento rural en Guatemala”, *Serie Políticas Sociales N° 30*, CEPAL, Naciones Unidas, Santiago de Chile, 1999. En Carlos Maldonado, *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. Ginebra 2007.

¹⁴ Oficina Internacional del Trabajo.

Al contrario de lo anterior, se entiende la cultura como un proceso dinámico, en constante movimiento y construcción, cuyas expresiones son el resultado de elecciones pasadas y presentes que surgen como respuesta a las necesidades que se plantean en cada momento histórico, en un contexto témporo-espacial de la vida de cada comunidad. “(...) entendemos por cultura un sistema vivo que incluye un sujeto socialmente definido que, actuando de determinada manera en una situación histórica y geográfica específica, produce objetos materiales y espirituales que lo distinguen. La cultura en este sentido amplio surge conjuntamente con el sujeto actuante e incluye su actividad y los productos de ésta. (...) Constituyen sistemas autosuficientes que asimilan o rechazan influencias externas a partir de su propia estructura y funcionamiento y que son capaces de sufrir transformaciones estructurales y funcionales debido a fenómenos migratorios, políticos, económicos o sociológicos en general” (García y Baeza, 1996 en Fernández Moljan, 2008.).

5- Una mirada antropológica de la economía. Principales corrientes y aportes.

La economía vista desde un enfoque antropológico permite la utilización del concepto económico en el estudio de sociedades primitivas. Con relación a la cuestión, en la década del sesenta surgen principalmente dos corrientes de pensamiento: los funcionalistas y los sustantivistas. El eje de estas discusiones se centró principalmente en establecer qué tipo de diferencias existen entre las economías primitivas y las economías capitalistas (Trincheró, 1998).

Sintéticamente, la corriente funcionalista se centra en el análisis del comportamiento individual, lo cual no significa que no se tengan en cuenta las instituciones, estructuras y sistemas, es decir, los aspectos sociales, sino que se parte del supuesto de que lo individual explica lo social porque la sociedad es concebida como una sumatoria de individuos. Por lo tanto, la economía es un aspecto del comportamiento humano. Este comportamiento se refiere a la elección y asignación de recursos a metas alternativas, motivado por la situación de escasez. Así, no todo comportamiento es económico sino sólo el que se refiere a la toma de decisiones.

El punto de partida de esta corriente es que el individuo tiene necesidades ilimitadas mientras que los recursos para satisfacerlas son limitados. Entonces, otra de las características de esta corriente se refiere, por un lado, a la cuestión de la racionalidad, es decir, la capacidad de elección entre un medio y otro para alcanzar la máxima satisfacción en la obtención de las metas y, por otro, al criterio de universalidad, es decir, que esta capacidad racionalizadora del individuo no es exclusiva del industrialismo de mercado sino que se encuentra presente en diversos tipos de sistemas económicos.

Por su parte, los sustantivistas, han criticado la universalidad del principio de escasez y su vinculación con el criterio de elección. Para estos pensadores hay elección de medios sin insuficiencia, así como también hay insuficiencia de medios sin elección. Uno de los sustantivistas más importantes en cuanto a los aportes realizados a esta corriente es Polanyi, quien afirma que la economía humana está sumergida por regla general en las relaciones sociales de los hombres. El hombre no actúa para salvaguardar sus intereses individuales en la posesión de bienes materiales, sino para salvaguardar su posición social, sus derechos sociales, sus activos sociales. El hombre evalúa los bienes materiales solo en la medida que sirvan a este fin. (...) Estos intereses diferirán si es una pequeña comunidad o una vasta sociedad despótica, pero en ambos casos se administrará el sistema económico por motivaciones no económicas (Polanyi, 1977, Trincheró, 1998).

“La antropología económica se ocupa de estudiar el *entramado institucional* que actúa en la producción y reproducción de la vida humana” (Molina, 2003). El enfoque, siguiendo el aporte de Polanyi (1977), se centra en los mecanismos que permiten el *sustento del hombre* o los *medios de vida*, y permite analizar tanto sociedades primitivas como las llamadas “economías étnicas” o las redes de trueque actual. Polanyi constata que el proceso económico puede “imbricarse e incrustarse” en distintos momentos y lugares, en las más diversas instituciones, como el parentesco, la política o la religión, instituciones que no son solamente “económicas”, es decir, “dedicadas a proporcionar, de manera continuada, los medios materiales” de la existencia social (Polanyi y otros 1976). Por lo tanto, el significado sustantivo de económico deriva de la dependencia del hombre, para su subsistencia, de la naturaleza y de sus semejantes. Se refiere al intercambio con el medio ambiente natural y social, en la medida que este intercambio tiene como resultado proporcionarle medios para su necesaria satisfacción material.

Desde esta perspectiva y discrepando con los funcionalistas respecto a la racionalidad económica, los sustantivistas se centran en la satisfacción de las necesidades materiales según los distintos requerimientos institucionales y no sobre la maximización de los beneficios individuales. Es decir, la racionalidad es comprendida únicamente desde las instituciones. Las instituciones económicas tienen que ser estudiadas en cada caso particular, la teoría económica no es de aplicación general, sino particular, sustantiva. Así, en las economías primitivas, las transacciones económicas no pueden entenderse fuera de las obligaciones sociales (Trincheró, 1998).

Las investigaciones de corte sustantivista fueron continuadas por un grupo de antropólogos que plantearon la vigencia de un orden cultural (Sahlins, 1997), cultural y cognoscitivo (Kopytoff, 1991), valorativo (Appadurai, 1991) y simbólico (Douglas e Isherwood, 1999) a partir del cual se debían interpretar los actos económicos.

Kopytoff señala que la producción de mercancías es también un proceso cultural y cognoscitivo. Qué cosas son consideradas mercancías y cuáles no, es el resultado de un proceso clasificatorio. Para este autor, “(...) las mercancías son un fenómeno cultural universal” (Kopytoff, 1991:94); lo que es particular, singular y específico de cada construcción cultural es el proceso mediante el cual son intercambiadas. Douglas e Isherwood consideran que los bienes resultan necesarios para hacer evidentes y estables las categorías de la cultura. Las mercancías tienen, además de su valor de uso, la cualidad de establecer y mantener relaciones sociales (Douglas e Isherwood, 1999).

El pasaje de una lógica del valor de cambio (equivalencia) y del valor simbólico (ambivalencia) a una del valor de signo (diferenciación) no hace más que evidenciar la trayectoria de un bien determinado en el acto de consumo. Este recorrido lo lleva de ser una mercancía (indiferenciada y pasible de ser intercambiada por su equivalente) a su constitución como objeto singular y diferenciado.

Hoy más que nunca y de manera decisiva, el patrimonio, encarnación del presente y del pasado, contribuye a conformar la identidad propia de los diferentes destinos turísticos, dotándoles de un carácter diferenciador acordes con los objetivos de singularidad y autenticidad buscados por la demanda.

5.1- Instituciones y organización.

Germani, define las instituciones como: “un conjunto relativamente unificado o integrado de normas, valores y conocimientos, y en particular como un sistema de status con sus correspondientes roles. Sobre el plano morfológico la institución está constituida por un lado por individuos, por el otro, por los objetos materiales que intervienen de algún modo en las actividades que constituyen el propósito o los propósitos de la institución misma. Sobre el plano psicosocial normas, roles, valores, conocimientos, (...) internalizados en los individuos que constituyen el personal” (Germani, 1977: 38-39).

Otros autores definen a una institución como “las normas y reglas, formales e informales, explícitas e implícitas, acordes a un grupo organizado para su funcionamiento y para el cumplimiento de sus objetivos” (Manzanal, 2002: 3 en Caracciolo Basco y Foti Laxalde, 2003:49).

Las organizaciones (como estructuras) difieren según las culturas y las características de las comunidades a las que sirven. La inserción de los individuos en organizaciones permite protegerse de un estado de ansiedad y guiarlas dentro de un marco, previsto por la organización misma, que incluyen, fundamentalmente: (a) un objeto o finalidad; (b) un espacio, (c) distribución en el tiempo, (d) un esquema jurídico y organizativo, con distribución de funciones y responsabilidades, (e) manejo de determinados recursos materiales e inmateriales (materia prima, herramientas, insumos o elementos a ser transformado en la organización, experiencias y saberes, etc.), (f) relaciones con proveedores y clientes, otras organizaciones y con el Estado y; (g) cierto sistema o código de comunicaciones (Ficha de cátedra de Psicología Social, 2001).

Este marco, brinda a los miembros de la organización, identidad social, status, seguridad y sentimientos de pertenencia y finalidad.

Los distintos tipos de organización adecuan su estructura a los objetivos que las guían y pueden presentar aspectos, sistemas de comunicación (internos y externos), muy diferentes, pero en todos los casos es posible encontrar elementos de estructura que son comunes a toda organización y que se pueden tomar en cuenta como constantes, como son: los objetivos; el objeto (aquello que lleva a la organización a conformarse); el sistema de status rol, sistemas de comunicación, códigos, entre otros (Ficha de Cátedra Psicología Social, 2001). Estos elementos son comunes a toda organización, lo que varía es cómo cumplir los objetivos planteados y cómo gestionarlos, a través de qué estrategias, con qué división del trabajo o desarrollo de tareas en equipo; esto conforma en sí, la política de la organización.

Además, una organización cumple cierto tipo de funciones. Por un lado, las relacionadas con la comunidad de la que emerge. Estas serían funciones institucionales externas, aquellas que dan cumplimiento a satisfacer las expectativas y necesidades de la comunidad, tal como generar productos y ponerlos a disposición, ya sean bienes o servicios de consumo o de capital, proporcionar fuentes de trabajo, etc. Y por otro, las relacionadas con las expectativas y necesidades de los miembros que las componen, cualquiera sea el rango jerárquico de éstos. Estas funciones aportan a fortalecer la subjetividad de sus miembros, a consolidar la intersubjetividad asociativa, al empoderamiento, etc., cualquiera sea el objetivo manifiesto que deba cumplir la organización.

Igualmente, una institución tiene una serie de comunicaciones prescriptas, formales, que además son niveles de toma de decisión. Esas vías, en términos comunicacionales, son los canales formales de comunicación (Ficha de cátedra Psicología Social, 2001). En esta ficha de cátedra se han desarrollado -además- cuestiones vinculadas a la identidad institucional, haciendo referencia a lo que el individuo miembro de una institución refleja de la misma.

Por su parte, Caracciolo Basco y Foti Laxalde, definen a la organización como “la existencia de un sujeto o actor social (unipersonal o colectivo) que instrumenta determinados recursos con el fin de obtener un propósito e independientemente del mayor o menor grado de formalización de dicha unidad: por ejemplo una unidad productiva (Caracciolo Basco y Foti Laxalde, 2003). Y la institución alude a “las normas y reglas, formales e informales, explícitas o implícitas, acordadas por un grupo organizado para su funcionamiento y para el cumplimiento de sus objetivos” (Manzanal, 2002: 3 en Caracciolo Basco y Foti Laxalde, 2003: 49).

Finalmente, cabe relacionar la organización con el territorio, en particular en el caso del ámbito rural. Tal como aportan Berdegú y Schetjman, conciben al territorio no como un espacio físico “objetivamente existente”, sino como una construcción social, es decir como un conjunto de relaciones sociales que dan origen y a la vez expresan una identidad y un sentido de propósito compartidos por múltiples agentes públicos privados (aunque dicha construcción implique muchas veces transitar por procesos de conflicto y negociación)” (Berdegú y Schetjman, 2003 y 2008).

5- MARCO REFERENCIAL.

La ciudad de Aluminé se encuentra localizada en el centro oeste de la provincia de Neuquén, sobre la margen derecha del río Aluminé, muy próxima al Parque Nacional Lanín. Se la considera la puerta de entrada norte a dicho Parque.

Dicha ciudad presenta una localización estratégica dada, por un lado, por el Corredor Turístico de la Ruta Nacional N° 40 que la integra a uno de los circuitos turísticos provinciales, nacionales e internacionales, de mayor envergadura: “El Circuito de los lagos patagónicos”. Este Corredor turístico Internacional (RN 40) estructura la red vial primaria provincial en sentido norte-sur. Además, existe un circuito más acotado a escala local y regional, el Circuito Pehuenia Norte que engloba la microrregión de los Lagos y tiene vinculación internacional hacia Chile, a través del Paso Fronterizo Icalma (50 km de la ciudad de Aluminé). Sus centros urbanos son Aluminé y Villa Pehuenia.

1- Breve reseña histórica sobre la creación de los Parques Nacionales.

Los primeros Parques Nacionales comenzaron a crearse en el país en el siglo XX. Dicha creación respondió a objetivos geopolíticos. Con ese fin, entre 1940 y 1945 se impulsó un modelo de reservas “sin gente”. Ello significó que los pueblos originarios que allí habitaban no fueran reconocidos siendo excluidos y desplazados de esas áreas. Ese modelo estuvo vigente hasta 1970, considerándose -en ese marco- fundamental la protección de muestras “prístinas” de naturaleza bajo el concepto de incompatibilidad con las actividades humanas, y poniendo especial énfasis en las labores de investigación y educación ambiental.

Fue en los últimos años de la década de 1970 que se aprobó la Ley 22.351 de Parques Nacionales la que establece una separación entre conservación y desarrollo, a partir de lo cual se comenzó a considerar clave la participación de los actores que se encontraban dentro o próximos a estas áreas, comenzado a formar parte de las políticas de gestión. En ese contexto, se comenzaron a gestar espacios de participación, en los que los actores locales aportan sus miradas y conocimientos acerca del manejo de Parques Nacionales, en cuanto a planificación y ejecución de acciones para la conservación y el desarrollo sostenible en su zona de influencia.

En la actualidad existe en la Administración de Parques Nacionales de Argentina un relevante debate institucional con el objetivo de promover la adopción de un nuevo paradigma en relación al manejo de las Áreas Protegidas “asumiendo como premisa que no se logrará ningún resultado duradero y significativo en términos de conservación si paralelamente no se logra integrar a las comunidades locales al manejo de las áreas y a los beneficios de conservación”. Una de las experiencias prácticas más desarrolladas en la búsqueda de concretar la adopción de este nuevo paradigma es la experiencia de Co-manejo entre las Comunidades Mapuches y la Administración de Parques Nacionales para la gestión del Parque Nacional Lanín¹⁵.

¹⁵ Programa FAO/OAPN. “Fortalecimiento del manejo sostenible de los recursos naturales en las áreas protegidas de América Latina. Estudio de caso. Una experiencia intercultural de co-manejo entre el Estado y las comunidades Mapuches en el Parque Nacional Lanín, Argentina”. Septiembre 2007.

En 1999 la Confederación Mapuche Neuquina¹⁶ propuso a la Administración de Parques Nacionales realizar un taller denominado “Territorio indígena protegido”, con el objeto de facilitar la interrelación entre ambos actores y discutir un temario que incluía entre otros puntos: legislación, territorialidad y manejo de los recursos naturales. Este taller se llevó a cabo en mayo de 2000 y fue un punto de inflexión en la relación entre las comunidades mapuches y la Administración de Parques Nacionales.

A partir de ello, y por medio de la Resolución 227/00 se creó el Comité de Gestión entre la Administración de Parques Nacionales y la Confederación Mapuche Neuquina conformado por representantes de ambas organizaciones, que en el caso del Parque Nacional Lanín cuenta con miembros del sector. Este órgano ha sido la primera instancia formal para definir e implementar la política de Co-manejo de las áreas comunitarias. La actividad del Co-manejo abarca el ámbito político-administrativo y sus resoluciones son de carácter ejecutivo.

1.1- Breve reseña histórica y caracterización del Parque Nacional Lanín.

El Parque Nacional Lanín, fue creado en 1937 con “el propósito de resguardar un sector representativo de los bosques norandinos patagónicos que alberga especies representativas de esta región como el pehuén, el raulí y el roble pellín”¹⁷. Abarca aproximadamente 420.000 hectáreas y se encuentra ubicado en el sudoeste de la provincia de Neuquén, correspondiendo a la eco-región de los bosques templados Valdivianos.

Dentro de la *flora* del Parque se destaca principalmente el Pehuén. Las concentraciones más densas aparecen entre los 900 y 1800 msnm, en sitios húmedos y fríos, pudiéndose encontrar, principalmente, en la zona de Ruca Choroy. Su semilla es aprovechada por animales y es un ingrediente importante en la dieta de los pobladores Mapuches y criollos de la zona.

En los sectores con precipitaciones que superan los 1500 mm anuales se encuentran muestras de la Selva Valdiviana. Allí es donde el coihue alcanza su máximo desarrollo. El sotobosque es denso, predomina la caña colihue y arbustos como el machay y el espino negro. También se puede encontrar los bosques de roble pellín, principalmente en los sectores norte y suroeste, y el raulí, un árbol nativo de gran valor forestal, actualmente muy restringido y con limitada extracción.

En cuanto a la *fauna* que predomina en el área, se encuentran dos aves características: el chucao y el huet-huet, pájaros caminadores que anidan en los matorrales de caña colihue, y entre otros, destaca el pato de los torrentes, el pato zambullidor grande y el pato de anteojos. Entre las aves rapaces comunes se cuentan el halcón peregrino, el águila mora y el aguilucho común, y entre otras especies animales aparece el pudú, pequeño ciervo, y el huillín, una nutria exclusiva de Argentina y Chile, ambos en peligro de extinción. En los lagos se pueden observar aves como el hualá, los patos crestón y vapor volador, cisnes de cuello negro, macacitos, martín pescador y la gallareta ligas rojas, entre otras.

Entre los peces predominan los salmónidos exóticos sembrados en el pasado con fines deportivos, que han desplazado a los peces autóctonos, tales como, la trucha criolla, el pejerrey patagónico, el puyén y el otuno o bagre aterciopelado.

¹⁶ La Confederación Mapuche Neuquina fue creada en 1970 y representa a las comunidades mapuches dentro del territorio provincial.

¹⁷ http://www.parquesnacionales.gov.ar/03_ap/19_lanin_PN/19_lanin_PN.htm

Habitan el Parque pobladores de variadas características. En su área se cuentan siete comunidades mapuches que ocupan 24.000 hectáreas, doce estancias de propietarios privados, doce asentamientos de pobladores criollos ocupando una superficie total de 24.323 hectáreas, 8 loteos con 1.871 lotes privados que ocupan un total de 26.865 hectáreas y alrededor de 4.000 hectáreas que tiene a su cargo del Ejército Argentino¹⁸.

Las comunidades Mapuches que se encuentran en esta área son Aigo, Curruhuinca, Lefiman, Ñorquinco, Cayún, Cañicul, Raquithué.

2- Situación de las Comunidades Mapuches. Reseña histórica.

Los Mapuches (gente de la tierra) han habitado el territorio que se extiende a un lado y otro de la Cordillera de los Andes -en los actuales territorios de Argentina y Chile- desde hace miles de años. Su ubicación geográfica en territorio argentino se debe al resultado de los diversos conflictos sufridos durante el siglo XIX, entre ellos la campaña militar denominada “Conquista del Desierto”. Dicha campaña culminó en el año 1879, dando como resultado la reducción y relocalización de las poblaciones Mapuches en lugares sin interés económico para el Estado nacional.

En la actualidad no se sabe con precisión la cantidad de aborígenes que viven en el territorio Argentino. No se tiene certeza acerca de cuál es el total de la población mapuche en el territorio nacional, ya que no existe un relevamiento actualizado. Los últimos valores obtenidos, se acercaban a los 300.000 habitantes que se encuentran localizados dentro del territorio nacional. De ellos, la mayor concentración demográfica se encuentra en la provincia de Neuquén, y alcanza un número cercano a las 70.000 personas, que conforman actualmente 52 Comunidades Mapuches (Salgado, Gomiz y Huilipan, 2008: 8).

Las comunidades de pueblos originarios -en general- practican una economía de subsistencia que resulta insuficiente para satisfacer las necesidades básicas de alimentación y desarrollo de sus miembros, sumado a ésta situación la segregación socio-cultural, que separa aún más a estas comunidades del resto de la población y les dificulta notablemente las posibilidades de un desarrollo socio-económico y ambiental integral (Salgado, Gomiz y Hulipan, 2008:12).

La actividad económica de estas comunidades consiste principalmente en la cría de ganado -ovino, caprino y bovino-, poseyendo una regresión en su evolución a medida que aumenta la degradación de los suelos y pasturas por sobrepastoreo y por falta de agua en muchos espacios. Esta actividad se realiza a través de un sistema “nómada” de pastoreo en las áreas denominadas de “invernada” y “veranada” (transhumancia), de acuerdo a la época del año en que se encuentren, trasladándose los pobladores a estas áreas en busca de alimentos para el ganado. Esta práctica ancestral, posee valores históricos, culturales y sociales que, entre otros aspectos, implica el uso comunitario de los espacios (Salgado, Gomiz y Huilipan, 2008: 13).

¹⁸ Idem.

Imagen N°1: Veranadas en el Paraje Ruca Choroy.



Fuente: Elaboración propia. Noviembre de 2009.

También se pueden mencionar dentro de las actividades económicas para el uso doméstico, los cultivos hortícolas, la pesca, la producción de artesanías y una multiplicidad de trabajos transitorios.

Es dable destacar que, cada vez es mayor el número de comunidades rurales o de pueblos originarios, en nuestro país y en el resto de Latinoamérica, que ven en el turismo una alternativa para salir de la situación de postergación en la cual se encuentran. Si bien el principal argumento para llevar a cabo proyectos turísticos se basa en los beneficios económicos que obtendrían las comunidades locales, es fundamental que estas sean las protagonistas de los proyectos basados en modelos autogestionarios, participativos y que les permita ejercer el control del proceso. En este sentido, la antropóloga Leonor Slavsky sostiene: “La reflexión que para llevar adelante una empresa turística autogestionada hace el propio grupo sobre su cultura, sobre lo que pueden y quieren mostrar, sobre su presente y su pasado son, muchas veces, experiencias saludables que refuerzan la propia identidad” (Slavsky, 2003 citado en Fernandez Moujan 2008).

La falta de políticas públicas específicas de desarrollo de las comunidades mapuches en el territorio provincial, sumada a la situación histórica que las mantiene comprimidas territorialmente, y a las variantes asistencialistas puestas en marcha desde los niveles gubernamentales, generadoras de dependencia y desmovilización cultural, produce una creciente precariedad, que engloba a las comunidades y se manifiesta por un lado, en la insatisfacción de las necesidades básicas, y la falta de acceso a nuevas oportunidades y a una movilidad social ascendente, y por otro, en el deterioro progresivo de los escasos recursos naturales, tal el caso de la desertización de suelos por sobrepastoreo y falta de agua, en algunos casos, o inundaciones y torrentes, en otros (Salgado, Gomiz y Huilipan, 2008: 12)

2.1- Situación de las Comunidades Mapuches que habitan en jurisdicción del Parque Nacional Lanín.

La creación del Parque Nacional Lanín, asociada a las reservas naturales que allí se encuentran, ha provocado la reubicación de algunas comunidades, como es el caso de las Comunidades Ñorquinco, Aigo, Niegueihual, Currumil y Lefiman.

Hacia fines del siglo XX, la relación entre la Administración de Parques Nacionales y las Comunidades Mapuches ha comenzado a transformarse a partir de la confluencia de tres procesos: 1) la transformaciones en el marco legal y político en materia de derechos indígenas y de conservación de la naturaleza, a escala nacional e internacional; 2) el incipiente reconocimiento de derechos y la flexibilización de las prácticas en el Parque Nacional Lanín; y 3) la consolidación de las organizaciones del Pueblo Mapuche (Programa FAO/OAPN, 2007).

En el año 2000 se inició un conflicto que dio lugar a un desalojo. A partir de las luchas y resistencia de este pueblo es que comenzó a gestarse una nueva etapa hacia el reconocimiento desde una nueva relación intercultural.

El modelo de Co-manejo implementado desde el año 2000, es el resultado de la convergencia de los tres procesos mencionado anteriormente. En este marco, el Co-manejo es el producto del primer acercamiento “intercultural” entre la Administración del Parque Nacional y el Pueblo Mapuche en territorio del Neuquén¹⁹. Esta política se está llevando a cabo sólo en los espacios comunitarios, aunque no en todas las áreas que hoy se encuentran dentro de la jurisdicción de Parques Nacionales. De este modo, la cuestión de la ocupación, propiedad y uso de los territorios sigue generando tensiones con el Estado provincial, en cuyo ámbito y por cuya decisión se ha resuelto el otorgamiento a particulares de tierras ricas en recursos naturales para la explotación turística (Salgado, Gomiz y Huilipam, 2008).

3- Las cooperativas en Argentina.

En las últimas décadas, en el país y la región, mientras se retraían las políticas públicas de desarrollo, en materia de generación de empleo, y crecían las demandas sociales en materia de empleo y satisfacción de necesidades básicas, fueron las cooperativas y otras organizaciones solidarias -en muchos casos- las que aportaron a morigerar lo peor de la crisis social y económica. Aquellas organizaciones que aplicaron diferentes estrategias de economía solidaria salieron fortalecidas y son en la actualidad ejes en los que se asienta la recuperación económica y la reinversión en la propia comunidad, siendo reconocidas como “iniciativas de economía social de segunda generación” (Palomino, 2003).

En Argentina las cooperativas se rigen por la Ley Nacional 20.337 del año 1973, y el organismo estatal de control actualmente es el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES). Estas organizaciones han cumplido y cumplen un relevante papel en virtud de que -como sector solidario- están de modo permanente a disposición de la comunidad para cooperar en la satisfacción de sus necesidades. Hay en el país una larga tradición de cooperativas agrarias, de consumo, de ahorro y crédito, de trabajo, de vivienda y de producción, en especial agrícola, y en algunas ramas industriales, tal el caso gráfico, textil y en talleres diversos, como en la prestación de servicios públicos en numerosas localidades.

En diversas provincias argentinas se puede observar una importante organización del sector cooperativo ligado a las formas de tenencia de la tierra y la producción. Pero el sistema existe extendido en el territorio -con mayor o menor desarrollo- y en iniciativas más antiguas, o recientes, ligadas a la necesidad de garantizar la subsistencia de los sectores débiles de la población en los momentos de más profunda y extendida crisis económica y fiscal. Han crecido al amparo o paralelas al sector público en la producción de bienes salario y en la prestación de los servicios básicos (luz, gas, teléfono, vivienda), dando respuesta allí donde la economía de mercado movilizadora por la ganancia capitalista y la acumulación no se hace presente.

¹⁹ Programa FAO/OAPN. “Fortalecimiento del manejo sostenible de los recursos naturales en las áreas protegidas de América Latina. Estudio de caso. Una experiencia intercultural de co-manejo entre el Estado y las comunidades Mapuches en el Parque Nacional Lanín, Argentina”. Septiembre 2007.

En esa línea, desde la segunda mitad de la década de 1990 y especialmente a partir de la crisis del 2001, se ha producido un movimiento inédito de experiencias solidarias y unidades cooperativas, de redes de trueque, talleres de reciclaje y reparación de bienes de consumo usados, y empresas -fabriles y de servicios- recuperadas por sus trabajadores, quienes las ocuparon para reapropiarse de las instalaciones y la maquinaria, a fin de ponerlas nuevamente en funcionamiento luego de su abandono, y/o quiebra, por parte de los propietarios y principales accionistas de las mismas. Estas empresas en su mayoría han surgido como “Cooperativas autogestionadas” (Palomino, 2003).

Según información estadística con origen en el INAES, existen en la República Argentina un total de 25.029 cooperativas. La provincia de Buenos Aires es la que concentra el mayor número: un total de 10.169. Se ubica en segundo lugar la provincia de Córdoba con 2.097, a la que sigue la provincia de Santa Fe con 1.929. Es dable destacar, que estas provincias concentran un gran porcentaje de población en comparación con las demás, y que en ellas se asentaron en el siglo pasado los mayores contingentes de inmigrantes europeos de larga tradición en iniciativas de solidaridad mutua (Sociedades de Socorros Mutuos, Asociaciones integradas por familias extranjeras con origen en las mismas localidades y regiones, centros de trabajadores de oficios por ramas de actividad, etc.).

3.1- Antecedentes cooperativos en la zona de estudio.

En la provincia de Neuquén existen, según el informe del INAES, 397 cooperativas inscriptas y matriculadas. La primera cooperativa creada en el año 1934 ha sido “CALF”, Cooperativa Provincial de Servicios Públicos y Comunitarios de Neuquén Ltda.

Se puede decir, según información estadística proporcionada por el INAES (2009), que las cooperativas de trabajo son las más numerosas en la provincia (139), seguidas por las de Vivienda, Construcción y Consumo, (60). En tercer lugar se encuentran las de Provisión (36), en cuarto las cooperativas de Vivienda y Construcción (35) y en quinto, las de Trabajo y Consumo (34).

De las 397 cooperativas existentes en el territorio provincial, 5 se encuentran en la ciudad de Aluminé. La primera fue creada en octubre de 2003 y es una Cooperativa Apícola, Frutihortícola, Forestal y Agropecuaria Ltda. Cordillera Patagónica”; luego, en septiembre de 2006, se fundó la “Cooperativa de Trabajo Patagonia Ltda.”; en noviembre de 2008 se creó la “Cooperativa de Vivienda y Consumo Empleados Viales de Aluminé Ltda.”; en enero de 2009 la “Cooperativa de Trabajo y Consumo Wekintwn Ltda.”, y por último la “Cooperativa de Trabajo y Consumo La Cuña Ltda.”, creada en octubre de 2009.

La cooperativa Wekintwn Ltda., se integra con 70 miembros, y se dedica a la elaboración de productos alimenticios regionales y artesanías, buscando incorporarse al mercado regional. Según destacó el Subsecretario de Capacitación y Empleo de la Provincia del Neuquén, Juan Linares, la Cooperativa Wekintwn “es la primera cooperativa conformada legalmente por miembros de una comunidad mapuche”, y agregó que “este logro servirá de ejemplo para el resto del país”²⁰. Añadió a ello que la dependencia a su cargo pondrá en marcha capacitaciones específicas para ella.

²⁰ <http://neuqueninforma.com/2009/02/23/se-constituyo-formalmente-la-primera-cooperativa-de-trabajo-mapuche/>

El Presidente de la Cooperativa de Trabajo y Consumo Wekintwn Ltda., expresó en la Cuarta Jornada Patagónica de Economía Social, realizada en el mes de noviembre de 2008 en la Universidad Nacional del Comahue: “nos conformamos como cooperativa porque entendemos que es la forma de organización más cercana a la de los pueblos originarios”. Y agregó: “nuestra comunidad tiene esta forma de vida como una alternativa concreta de subsistencia”, remarcando a continuación: “necesitamos rescatar al hombre fragmentado, al hombre de la desesperanza, de la soledad y el competitivismo deshumano”²¹.

Respecto a la actividad cooperativa en comunidades mapuches dentro de la provincia de Neuquén, el antropólogo Radovich en oportunidad de realizar un relevamiento para la Subsecretaría de Acción Social en el año 1983, expresó: “debe tenerse muy en cuenta la importancia económica de la familia como unidad productiva. Cualquier programa o proyecto que se instrumente debe respetar y apoyar los aspectos organizativos de la familia. Debe buscarse la interacción entre las familias creando tareas comunitarias que vinculen y asocien más a la gente, tratando de aumentar los contactos personales con el fin de superar las barreras de hostilidad que dividen a las familias” (Radovich, 1983).

Así, por caso, en la Agrupación de pobladores originarios Catalán, varios integrantes habían manifestado su interés en formar una cooperativa, aunque la mayoría desconocía el funcionamiento de este tipo de organización. En la Agrupación Paineofilú, por su parte, desconfiaban aún de las ventajas de asociarse, aunque era creciente el número de pobladores que se acercaban a participar. Por último, en la Agrupación Millaqueo la cohesión social y el espíritu solidario fueron mayores que en las anteriores. Existiendo un profundo deseo de participar en todo tipo de actividades comunitarias.

Algunas de las dificultades identificadas en las comunidades relevadas para la promoción de tareas basadas en el cooperativismo han sido:

- 1- El individualismo: el interés del grupo familiar prevalece sobre la agrupación. Esta postura se opone a los proyectos basados en la cooperación y solidaridad comunitarias.
- 2- El divisionismo: existen distintas entidades u organismos externos a las agrupaciones que intencionadamente, o no, fomentan las diferencias entre grupos que invariablemente provocan conflictos de diversa índole. Estas entidades son: las sectas pentecostales y los partidos políticos (Radovich, 1983).

²¹ <http://neuqueninforma.com/2008/10/29/primer-encuentro-de-cooperativas-de-trabajo/>

3.2- Experiencias previas de emprendimientos asociativos de pueblos originarios y campesinos en Argentina.

A lo expresado anteriormente, es importante agregarle la contracara a esta situación. Se trata de los casos en los que han comenzado a desarrollar formas alternativas de gestión del turismo, basadas en productos turísticos diferenciados y modos más equitativos de trabajo y distribución, cuidando los impactos socio-ambientales negativos que la actividad produce, teniendo como eje el interés de preservar y resaltar la identidad cultural e integrar en el circuito a otros sectores, dando participación a la comunidad local y a los pueblos originarios y campesinos, llegando ellos a formar parte de circuitos de turismo fundado en los principios de la sustentabilidad. Así, en Argentina, diferentes “grupos sociales”²², han creado emprendimientos asociativos basados en el turismo ya sea como su principal actividad o como complemento de la actividad primaria, generando un impacto positivo en el desarrollo local. A modo de ejemplo se pueden citar los siguientes casos provinciales:

Misiones:

En esta provincia se ha implementado un plan de desarrollo local que favorece los emprendimientos cooperativos, considerando al turismo como una herramienta para el desarrollo local y para la lucha contra la pobreza. Norberto Pauleti, Asesor del Programa para el Fortalecimiento de la Comercialización y Desarrollo para el Turismo en Misiones, expone que dicha provincia está trabajando otras formas organizativas del turismo. Han armado cinco proyectos de economía social y uno de ellos es de agroturismo. Crearon una fundación integrada por productores a los cuales se les ha brindado capacitación y subsidios para infraestructura. Los han capacitado y hoy en día se cuentan 12 cooperativas de turismo.

La cooperativa es la que tiene a su cargo en cada zona la gestión del circuito, el atractivo turístico; los servicios (hoteles, restaurante) son privados. El atractivo turístico lo comparten todos los que arriban al lugar. Todas las cooperativas tienen cobertura de seguro, control de calidad y capacitación. Además, agrega: “(...) el turismo sustentable podría multiplicarse en los distintos puntos del país. De esta manera, los distintos actores sociales podrán tener mayor acceso a los beneficios del turismo, respetando los recursos naturales del patrimonio nacional, fortaleciendo la identidad cultural y generando fuentes de trabajo dignas que involucren a los sectores que han sido siempre postergados por un sistema de exclusión” (Pauleti, s/f)²³.

Salta:

En los valles Calchaquíes se ha creado la Red de Turismo Campesino con forma jurídica como cooperativa agropecuaria, artesanal y de turismo rural comunitario, Ella es administrada por 50 familias de pequeños productores que pertenecen a 12 comunidades. Tales actores encararon proyectos para trabajar en el turismo a fin de complementar sus ingresos tradicionales de la producción agropecuaria y artesanal, pero con una oferta propia y planificada para fortalecer su administración y autogestión, facilitar un buen vivir de las comunidades y valorar el patrimonio natural, la identidad cultural y la propiedad comunitaria.

²² En términos de Germani (1977), un grupo social es “el conjunto de personas que poseen en alguna medida (variable) estos rasgos: a) son portadores de rasgos culturales comunes, suficientes para establecer una base de “comunicación”; b) son portadores de actitudes que implican o bien, sentimientos de pertenencia al grupo, o bien cierto grado de “identificación” (manifiesta o implícita) con el mismo, o bien “intereses” comunes (implícitos o explícitos) con los demás “miembros” del grupo (...)”. Germani, 1977.

²³ Artículo publicado en la web: http://www.enredando.org.ar/noticias_desarrollo.shtml?x=29973

La SECTUR define al Turismo Comunitario como: “la actividad turística autogestionada y organizada por comunidades de pueblos originarios y campesinas, en respeto a su organización tradicional, saber y cosmovisión, generando ingresos complementarios y equitativos. Esta modalidad turística es motivada por el intercambio cultural y una relación responsable entre lugareños y viajeros”.

Mendoza:

La comunidad Huarpe en esta provincia se ha organizado bajo la forma cooperativa basada en el trabajo solidario, lo que le ha permitido la recuperación de sus raíces y la conservación del patrimonio cultural, arqueológico, arquitectónico e histórico. Con estos principios ha conformado la entidad cooperativa Guaytamari. Guaytamari es una Reserva Ecológica que permite a los turistas conocer la flora y fauna autóctona; tienen además una huerta ecológica. Cuentan con talleres comunitarios de telar y cerámica, así como grupos que desarrollan folclore nativo y comidas típicas.

Francisco Candido presidente de la Cooperativa Guaytamari, expresó al respecto que: “la Cooperativa va más allá de ser un emprendimiento económico, intenta mediante el trabajo solidario, la recuperación de las tradiciones ancestrales que mantenían relaciones ancestrales de total cooperación”. “Nuestra comunidad, tiene esta forma de vida como una alternativa concreta de subsistencia. Necesitamos rescatar al hombre fragmentado, al hombre de la desesperanza, la soledad y el competitivismo deshumano. Siguiendo las enseñanzas de nuestros antepasados, basada en el respeto de todos los seres vivientes del planeta, intentamos llegar al entendimiento de que en el círculo de la vida estamos uno al lado del otro -más allá del rol específico de cada uno- y es desde allí donde aún se resiste, desde la raíz de la tierra, el respeto por los valores y la cooperación” agrega “Nos conformamos como cooperativa porque es la forma de organización más cercana a la de los pueblos originarios. El ser cooperativo humaniza la economía” Claudia Herrera, Vicepresidenta de la Cooperativa (pág. web, 360° Responsable tourism).

6- METODOLOGÍA DE TRABAJO PROPUESTA.

Teniendo en cuenta la naturaleza del problema seleccionado para el desarrollo de la presente investigación, se abordó la misma desde una perspectiva *cualitativa*, dentro del marco de un *estudio descriptivo-comparativo* y un *abordaje exploratorio*.

Para la selección de los emprendimientos estudiados, se han establecidos determinados requisitos que debían cumplir para su análisis. Estos han sido:

- Ser emprendimientos económicos asociativos, encontrándose dentro de sus objetivos organizacionales el desarrollo de la actividad turística;
- Haber sido creados desde sus inicios y/o administrados por miembros de comunidades mapuches y siendo ellos quienes se encuentren al frente de la comercialización de los productos que ofrecen; y,
- Encontrarse en la etapa de iniciación y/o desarrollo del emprendimiento.

De este modo, una vez establecidos las condiciones de los emprendimientos, se dio comienzo a la selección de las *Unidades de análisis*. Éstas han sido:

- **La Cooperativa de Trabajo y Consumo Wekintwn Ltda.**
- **El Camping Trempain.**
- **El Camping Quillén.**

En cuanto a la *Unidad de relevamiento*, se han seleccionado a personas que trabajan en la Cooperativa Wekintwn, en el camping Trempain y en el camping Quillén, y a las personas que poseen conocimiento de dichos emprendimientos y han podido brindarlo (empleados públicos y funcionarios de la zona, y/o personal de las organizaciones intermedias locales).

El *Tipo de muestreo* utilizado ha sido *probabilístico de tipo intencional*, ya que se seleccionaron las personas que se entrevistaron, las cuales brindaron información pertinente en la recolección de los datos.

Las *técnicas de recolección de datos* que se utilizaron han sido:

- *Relevamiento bibliográfico* (revisión de las teorías que abordan temáticas que guardan relación con el objeto de estudio de la investigación y exploración de los diferentes enfoques y sus dimensiones analíticas);
- *Búsqueda de antecedentes y análisis de experiencias* a través de la revisión de diversas fuentes: secundarias (libros, documentos, investigaciones, legislaciones, revistas, resultados de investigación, entre otros), y primarias (historias de vida, fuentes orales). Ambos relevamientos han brindado información secundaria;
- *Salidas de campo*: se realizaron tres salidas durante los meses de noviembre de 2009 y febrero y abril de 2010. En estas salidas se hicieron entrevistas en profundidad a informantes calificados y unidades de relevamiento, como forma de obtención de datos primarios.

La *muestra* estuvo constituida por veintitrés entrevistas semi estructuradas, las cuales incluían preguntas abiertas y cerradas.

Previo a la salida de campo, se entrevistaron a informantes clave que proporcionaron referencias acerca de las costumbres y experiencias de los sujetos y grupos a indagar, a fin de que ello facilite la formulación de interrogantes, y la posterior comunicación con los mismos (códigos, intereses, etc.)

PRINCIPALES HALLAZGOS



7- RESULTADOS.

Los resultados a los que se ha arribado en la presente Tesina de Grado, se presentan a continuación siguiendo un orden que responde a los objetivos específicos planteados al inicio del proceso de investigación.

Por lo tanto, serán presentados en cuatro capítulos donde se desarrollarán las categorías de análisis surgidas en el marco teórico y del relevamiento de campo, lo que han permitido obtener los siguientes resultados.

CAPÍTULO I: EL ENTORNO Y LA SOCIEDAD

El análisis de las entrevistas realizadas en los relevamientos de campo, da cuenta de que los emprendimientos objeto de estudio han surgido en respuesta a un contexto social, ambiental, económico y cultural que ha motivado y movilizó a determinadas personas y grupos asociativos locales a generar ingresos a través de iniciativas de producción y servicios turísticos orientadas asimismo a, entre otras cosas, suplir sus necesidades básicas, modificar las conductas frecuentemente depredadoras de visitantes a la zona, entre otras.

La evaluación de los factores negativos del contexto, ha movilizó a las personas y grupos de la localidad por ellos afectados, a poner en marcha nuevos emprendimientos y prácticas en procura de un medio de vida compatible con el uso sustentable de los recursos.

Entre los factores y cuestiones que han estimulado la creación de los emprendimientos se han identificado los siguientes:

➤ **Medioambientales:**

La falta de una conciencia ecológica y el desarrollo de malas prácticas tanto de los concesionarios de campings, como de los visitantes que hacían uso del área para el acampe o la recreación- provocaban daños y potenciales “desequilibrios ecológicos” -en términos de Razeto (1999)- en los recursos naturales existentes, tanto de la Cuenca del Río Quillén como del Lago Ruca Choroy. Esto se daba por ejemplo, por la utilización de productos químicos como detergentes y otros volcados en el lago, y el depósito de desechos sólidos, sin que existieran mecanismos adecuados y responsables de su recolección, procesamiento y eliminación. Asimismo, generaba impactos negativos en el ecosistema la navegación sin control de lanchas a motor, actividad que se sigue realizando en el lago Quillén, principalmente por emprendimientos privados, localizados también sobre la costa del lago, pero que ha ido erradicándose en los últimos años, como también la tala de árboles verdes para leña, entre otras acciones.



Lo expuesto aquí se puede enmarcar dentro de los caminos que llevan a la creación de emprendimientos de la Economía Solidaria identificados por Razeto, los cuales surgen para dar respuesta a problemas específicos -en este caso- a la “**preocupación por el medio ambiente**”. También se puede señalar que, los emprendimientos de la Economía Solidaria surgen como alternativa a la modalidad económica capitalista de uso de los recursos naturales en la que prima la lógica del capital y la ganancia por sobre la cuestión de la sustentabilidad, lo que genera más problemáticas que beneficios, tal es el caso de los impactos negativos sobre el medio ambiente Razeto (1999).

Otra de las cuestiones ambientales que ha promovido la creación de uno de los emprendimientos locales, como el caso del camping Trepain, ha sido la conveniencia de establecer limitaciones y condiciones al desarrollo de la actividad ganadera. Esto se debe al aumento de la población de la comunidad Aigo, en cuyas tierras se hace cada vez más extendida e intensa la cría de animales, producto de una actividad ancestral, lo que plantea la escasez de tierras, dificulta el acceso a la tenencia y uso del suelo con destino a dicha actividad y provoca el deterioro de las pasturas y la erosión del mismo por la excesiva carga animal. De ello resulta la necesidad de promover el desarrollo de actividades alternativas y complementarias, que generen empleos e ingresos a la población local.

La siguiente declaración del Werken²⁴ de la Zonal Pehuenche expresa con claridad el tipo de desarrollo al que aspiran las comunidades aborígenes de la zona bajo estudio:

“(…) Preservación del territorio. Si porque si abandonamos acá seguro se instala algún privado y lo primero que van a hacer son sendas, cuatriciclos, motos, lanchas, muelles, catamarán” (Werken de la Zonal Pehuenche).

La declaración antes expuesta se toma como punto de partida para desarrollar una variable dentro de este factor que es de importancia para los emprendimientos administrados por las comunidades aborígenes: la cuestión **Territorial**.

Ello ha tenido también una gran influencia en la creación del camping Quillén y del camping Trepain. En el primer caso, Parques Nacionales daba en concesión el uso de las tierras para la explotación de camping, pero “frente a la posibilidad de adjudicación del permiso de explotación por el mecanismo de “iniciativa privada”, en vez de “iniciativa pública”, es que se presenta el proyecto por parte de Parques Nacionales, el cual es declarado de interés institucional”²⁵.

A causa del uso indiscriminado de los recursos naturales y la falta de una conciencia social que los preserve, es que Parques Nacionales, decidió dar en concesión el lugar para el desarrollo de campings, y posteriormente la creación de cabañas. No obstante ello, el proyecto de construcción de dichas cabañas fue anulado y reemplazado en año 2004 por uno alternativo, elaborado de modo conjunto entre Parques Nacionales y la Confederación Mapuche Neuquina. El mismo se denominó: “Desarrollo Turístico para la sustentabilidad de la Cuenca del Río Quillén”.

Este proyecto ha sido formulado con el objetivo de “*garantizar el acceso y el uso del espacio público de la Cuenca del Río Quillén en jurisdicción del Parque Nacional Lanín*”, **evitando** de este modo la **privatización de los recursos** de uso y dominio público, principalmente de aquellos ubicados próximos a las costas de los cuerpos de agua, preservando el conjunto del área. De este modo, aporta al “fortalecimiento del desarrollo local y la participación activa de sus actores”, por medio de una gestión conjunta con instituciones locales y las comunidades mapuches localizadas en el área (Comunidades Currumil y Lefiman).

En el caso del camping Trepain, el factor territorial se relaciona con el uso de este espacio por parte de la población, principalmente de Aluminé. Según expresa uno de los coordinadores del Camping, la zona se utilizaba con fines de esparcimiento y recreación, habiendo existido iniciativas -luego abandonadas- que se proponían explotar privadamente el área con fines de excursión guiada por parte de agentes externos a la comunidad y la región.

²⁴ Werken -en lengua mapuche- es el mensajero, el actor intercultural que le permite comunicarse con la sociedad no mapuche.

²⁵ Declaración obtenida obtenida en entrevista realizada a personal de Parques Nacionales con desempeño en la zona.

Al respecto, éste expresó lo siguiente en la entrevista realizada:

“Una temporada tuvimos que sacar a un abogado, decía que hacía como 25 años que iba al camping a pasar las vacaciones acá. (...) Convoque a Parques Nacionales y nos fuimos cuando justo ese día bajaba con un contingente de distintas provincias a caballo sin consultar nada. Él tenía organizada una cabalgata, seguramente era el inicio de un emprendimiento que él tenía, tuvimos que pararlo para hacerlo entender: primero que esto es un territorio comunitario, de una comunidad, y segundo, que está dentro de la jurisdicción de Parques Nacionales y dentro de este área hay reglamentos que cumplir. Primero para hacer una cabalgata grande, tenés que ser un guía habilitado, y los senderos tienen que estar habilitados por Parques Nacionales y por la comunidad, y después, también hay que tener un seguro. Eran como 40 caballos, este hombre venía a destruir una forma de trabajo que recién empezábamos. Nunca más volvió” (Coordinador del Camping Trempain).

➤ **Económicos:**

Como fuera expuesto en el marco referencial de la presente tesina, las comunidades donde se encuentran localizados los emprendimientos objeto de estudio, poseen una economía ancestral de subsistencia, basada en el arreo de animales y más recientemente en el trabajo de la tierra²⁶. Dicha actividad por su alcance y por las limitaciones locales, naturales y materiales, no alcanza para satisfacer las necesidades de la comunidad, y -por consiguiente- para el mejoramiento de la calidad de vida²⁷. Es por ello que, en los últimos años, las Comisiones Directivas de las comunidades han comenzado a evaluar la alternativa de creación de emprendimientos productivos y de servicios, y la realización de actividades que agreguen valor y complementen su economía primaria.

Este ha sido otro de los factores identificado como problemático, los cuales han derivado en una disminución de puestos de trabajo, y por consiguiente un incremento de la desocupación y una disminución de la calidad de vida de la población afectada, procurándose revertir la situación.

Esto se ha visto claramente en la comunidad Aigo, explícitamente identificado en la creación de la Cooperativa de trabajo y consumo Wekintwn Ltda. Así se ha observado, por un lado, la desvalorización de los productos artesanales, principalmente los derivados de la lana, realizados por miembros de la comunidad, lo que evidencia el bajo grado de negociación de las productoras y la falta de valoración de sus productos. Esto se ha debido a que en un principio los mismos eran vendidos a bajo precios a intermediarios encargados de la venta final. En otra etapa, la relación de subordinación comercial derivó en que las compras por los revendedores quedaran sin efecto. Por otro lado, ha influido en el retroceso económico y la desocupación local, el despido de trabajadoras de la comunidad que se encontraban empleadas en CORFONE, realizando tareas de tala de pinos, lo que indujo a las mismas a buscar nuevas alternativas de actividad generadoras de ingresos.

A continuación se exponen algunas de las manifestaciones de miembros de la comunidad Aigo y de la Cooperativa Wekintwn, en respuesta a la pregunta acerca de los motivos que los indujeron a formar parte de la cooperativa:

“(…) Y en realidad la cooperativa nace por la problemática de la falta de trabajo ¿no?, hoy no hay trabajo, en ese entonces el gobierno no tomó más trabajadoras en CORFONE, entonces queda ese lugar y cómo justificar un trabajo que las señoras hacen o hacían o trabajan también en la comunidad (…)” (Presidente de la Cooperativa Wekintwn).

²⁶ El trabajo de la tierra se ha visto beneficiado con la incorporación de los invernaderos ya que las condiciones climáticas en la zona dificultan la siembra sin la protección de los cultivos.

²⁷ Según Max Neef, la calidad de vida depende de las posibilidades que tengan las personas de satisfacer adecuadamente sus necesidades humanas.

“En realidad eso de la venta de su producto siempre lo han estado haciendo, pero siempre regalándola por la misma necesidad, ellos lo vendían al precio que el comerciante quería pagar (...)” (Werken de la Comunidad Aigo).

“Porque según nos dijeron ya no había más pinos para podar, así que, por eso dejamos de trabajar ahí, y así fue como formamos la cooperativa Wekintwn” (Asociada de la Cooperativa Wekintwn).

“Nos parece que otras fuentes de trabajo son interesantes porque a nosotros nos interesa tener menos animales, pero a la vez poder tener otra fuente de ingreso y alimentación, porque lo principal para cualquier cultura es tener lo que se llama la soberanía alimentaria²⁸, entonces realmente eso no lo cumple una caja que la dan cada 3 meses o un plan de \$150²⁹”. (Werken de la Confederación Mapuche Neuquina).

Así, tal como se ha podido ver en el marco teórico de la presente, la cooperativa es uno de los emprendimiento con base en la Economía Solidaria en la que se han agrupado personas “excluidas del mercado de trabajo”, buscando una “alternativa colectiva de supervivencia”. Al respecto, cabe recordar la definición de cooperativa dada por el INAES y ACI la cual se plantea como “una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática” (Asociación Cooperativa Internacional, Congreso del Centenario, 1995).

En los campings estudiados, lo económico ha jugado también un papel importante en su creación, pero ello no ha sido la causa principal de su emergencia, ya que como fuera señalado, el eje de la creación, con un enfoque de corto y largo plazo al mismo tiempo, se centró en los aspectos ambientales y territoriales fundamentalmente.

En cuanto al camping Trempain, el mismo fue creado con el objeto de que la Comunidad Mapuche localizada en el área pudiera **equilibrar las actividades económicas** que se desarrollan en la misma y **generar una fuente de ingreso complementaria a su economía primaria**. Hay que recordar que la comunidad Aigo es una de las comunidades más grandes de la provincia en cuanto al volumen de la población, como así también una de las más pobres económicamente, lo que define el déficit en cuanto a medios de subsistencia, y en particular la monoactividad (ganadera) tradicional. Por ello, ha resultado estratégica la creación de un emprendimiento turístico cooperativo que pueda ser administrado por la propia comunidad favoreciendo su desarrollo económico, evitando, al mismo tiempo, el uso indiscriminado de los recursos por personas ajenas a ésta. En palabras de Gaiger (s/f), se puede decir que una de las circunstancias que ha dado origen a este emprendimiento ha sido la “reducción de las modalidades convencionales de subsistencia”.

➤ **Sociales:**

En el caso de la cooperativa Wekintwn, han sido una de las principales razones que estuvieron detrás de su creación, dadas las dificultades de abastecimiento de los bienes de primera necesidad, por los obstáculos resultantes de la reducida escala y frecuencia de las compras y los elevados niveles de precios y márgenes comerciales habituales en la ciudad de Aluminé.

²⁸ La Soberanía alimentaria se concibe como el derecho de cada pueblo a definir sus propias políticas agropecuarias y en materia de alimentación, a proteger y reglamentar la producción agropecuaria nacional y el mercado doméstico a fin de alcanzar metas de desarrollo sustentable.

²⁹ Plan de asistencia alimentaria otorgado por el Gobierno Provincial del Neuquén a familias de bajos recursos.

La Werken de la Comunidad Aigo refiere a ello de la siguiente manera:

“La gente de la comunidad son muchos y siempre vienen a gastar su poca plata que ganan a los mercados, eso hizo que la misma gente quisiera conformarse como cooperativa, por la misma necesidad, o que ya no le alcanza el recurso para comprar (...) pero como que se va a notar mucho eso de decir que la misma comunidad empiece a buscar la forma de cómo conseguir los productos más baratos o trabajar así individual y no depender de ellos, porque a veces la lana, de los pelos, la gente por necesidad lo entregan a cualquier precio y de esa gente tenemos mucha en Aluminé. El mismo tejido, fijáte, que Artesanías Neuquinas, hoy por hoy ya ni está viniendo a comprar, pero cuando venían, compraba los productos como ellos querían a bajo precio. Fue por todo eso, esa charla que se tuvo con la gente lo que hizo que se decidieran a formar (...)” (Werken de la Comunidad Aigo).

Por lo expuesto, es posible afirmar que los factores que impulsaron a la Comunidad Aigo a encarar la organización de la cooperativa, surgieron del propio contexto económico y social, de la dinámica de la desocupación laboral y la insatisfacción de necesidades, lo que planteó la prioridad de búsqueda del mejoramiento de la calidad de vida y de los mecanismos de abastecimiento, tanto del conjunto de la comunidad como de los propios miembros de la cooperativa. Por otro lado, este último factor -social- ha tenido un impacto positivo en las comunidades donde se crearon los campings en estudio, ya que las mismas han reconocido la valoración y el interés de la sociedad por la cultura mapuche, lo que aporta a su revalorización en el tiempo.

Hoy en día, cada vez más personas se inclinan por realizar un turismo étnico, un turismo sustentable, en contacto intenso con la naturaleza y con los pueblos originarios, eludiendo los centros turísticos superpoblados durante las altas temporadas. Tal como lo explica Getino (2002) en Zizumbo Villarreal (2007), la creación de empresas para un nuevo turismo, con muchas posibilidades de éxito como es el turismo alternativo, ha sido propiciada por los cambios de valores, preferencias y motivaciones de los turistas que ya no buscan un modelo de turismo masivo, y en cambio optan por el contacto con la naturaleza en ambientes poco artificializados.

Otra variable de tipo social que ha afectado a los miembros de la comunidad en la que se encuentran los emprendimientos objeto de estudio (Aigo, Currumil y Lefiman), ha sido la **migración de población**, principalmente de los grupos más jóvenes de las comunidades hacia las ciudades en busca de mejores condiciones de vida, dado el déficit de oportunidades que ofrece la economía local. Ello debilita a la comunidad en lo cultural, al introducir nuevos valores y visiones, y opera como factor de desintegración.

En palabras de Brunner, en G. Canclini (2001) se puede decir que en estos procesos de migración, el contacto con otras culturas provoca en las personas “estados de conciencia dispersos, fragmentados, donde coexisten elementos heterogéneos y diversos estratos culturales tomados de universos muy distintos” desarraigándolos de su folclor, perdiendo la identidad como pueblo originario. Al respecto personas entrevistadas han expresado lo siguiente:

“(...) **Vuelve a su comunidad transformado, y eso es una pérdida muy grande que sufren los jóvenes hoy**, vuelven con otra idea, con otro pensamiento, con la botellita de agua mineral y un montón de cosas que los encontrás raros, en la misma vestimenta, tal vez con un arito, ya vuelve con su identidad no normal, no tiene su personalidad” (Lonko³⁰ de la Comunidad Aigo).

³⁰ Lonko en lengua mapuche refiere a la autoridad política de la comunidad.

“Tenemos jóvenes que terminan el estudio y por falta de recurso no hacen la universidad (...). **Hay mucha migración. Los que tienen posibilidades de estudiar ya no vuelven** y eso es lamentable en la comunidad, **y si vuelven (...) vienen con otra mentalidad, ya no conviven como gente con el trabajo comunitario** por ejemplo, ya pierden esa visión” (Werken de la Comunidad Aigo).

“La mayoría se han ido, y por esa razón la comunidad se está quedando muy sola, y los jóvenes se están yendo al pueblo en búsqueda de trabajo, en todas las comunidades está pasando eso. Y esto afecta a la comunidad porque **al irse los jóvenes a la ciudad van perdiendo su identidad, su rakisuan, su kimun decimos nosotros como conocimiento ancestral, su pensamiento mapuche.** Al irse a la ciudad como que se van sacándose todos sus conocimientos y ahí es como que se desequilibra todo el rakisuan, **en la ciudad no es lo mismo que estar en el campo**, la ciudad es distinto, en el campo se vive naturalmente, con la naturaleza. Y al perderse todo eso hace que los jóvenes mismos se vayan y modernicen y empiecen a venir con una mentalidad distinta, **eso para nosotros es muy triste**” (Inai Lonko de la Confederación Mapuche y Werken de la Comunidad Puel).

“Las chicas, por ejemplo, iban a trabajar como empleadas domésticas, los muchachos a hacer changas, de lustra botas, no sé, era una desgracia en condiciones indignas en la ciudad perdiendo la cultura, la lengua, todo. Entonces, por eso, todo **lo que se haga en el territorio para darles más oportunidades a los jóvenes es justamente estar trabajando en** lo que nosotros por ahí decimos en nuestros discursos **la conservación de los recursos culturales**” (Carlos Bagliatti, Parque Nacional Lanín).

Esto ha sido una problemática considerada por todas las personas entrevistadas, ya que genera la pérdida de la cosmovisión mapuche, identidad y valores culturales ancestrales, tan importante para ellos, como se verá en el capítulo siguiente.

“**Para toda cultura los jóvenes son el futuro**, entonces para nosotros es muy positivo que los jóvenes con todas estas herramientas, vuelvan a querer su lugar de origen porque nosotros como pueblos mapuches estamos sufriendo permanentemente el proceso de colonización, entonces que estas herramientas nuevas, ayuden a descolonizarnos y de esa forma vivir en armonía con la naturaleza, manteniendo a nuestra gente, no dañando la naturaleza, para nosotros ese es nuestro objetivo de siempre” (Werken de la Confederación Mapuche).

➤ **Culturales:**

Otro de los aspectos que han favorecido la creación de los emprendimientos, han sido los relacionados con la cultura mapuche, ya que -principalmente- las comunidades Currumil y Lefiman a partir de la creación de ellos, han encontrado la forma de salvaguardar su cultura. En la comunidad Aigo, por el contrario, se ha podido ver que la cultura se encuentra más fortalecida, no obstante, es reconocida la importancia de su resguardo.

Tal como se ha observado en las salidas de campo, los miembros de las Comunidades Mapuches entrevistados han reconocido la importancia de la creación de estos emprendimientos para dar a conocer su forma de vida y poder transmitir su cultura, para lo cual han tenido que volver a las raíces, solicitando capacitaciones a los ancianos de la comunidad poseedores de este conocimiento ancestral, Pillan kuse³¹.

³¹ Pillan Kuse en lengua mapuche se refiere a la autoridad filosófica.

En el caso de la Cooperativa Wekintwn, sus miembros han visto la importancia de volver a recuperar parte de sus raíces, a partir de retomar la siembra y elaborar comidas. Por ello es que poseen un grupo dentro de la Cooperativa dedicado al “rescate de la comida ancestral”, dado que la misma se ha ido perdiendo con la llegada del comercio y la aparición de una creciente variedad de mercaderías y productos envasados estandarizados que son provistos desde el circuito comercial formal. Los emprendimientos, y en especial la cooperativa, se constituyen así en un mecanismo de integración y un espacio social que posibilita preservar los valores culturales propios.

Así, tal como se verá en el capítulo siguiente, una ventaja competitiva que tienen los emprendimientos administrados por comunidades mapuches es que éstos mantengan su identidad y sus tradiciones, dejando de lado los productos y servicios estandarizados que ofrece el mercado “no-mapuche”. Estas diferencias se encuentran muy demandas en la actualidad por la sociedad a través de la realización de un turismo étnico-cultural. Este cambio en los gustos de la sociedad ha sido identificado por estas personas para la generación de productos y servicios que puedan satisfacer sus demandas.

Si bien la mayoría de los factores mencionados anteriormente (medioambientales, económicos, culturales y sociales), podrían ser considerados negativos en un momento dado para la comunidad, tal como lo denomina Shapero como un “*factor de desplazamiento de tipo negativo*”, los mismos han tenido repercusiones positivas ya que los han estimulado y movilizado para la creación de nuevas unidades económicas por cuenta propia, lo que les permite el autoabastecimiento de bienes para el consumo y la auto suficiencia económica.

A continuación se plantean dos interrogantes que ayudarán a comprender el modo de surgimiento de los emprendimientos en estudio:

➤ **¿Han incidido factores extra-locales en la emergencia de los emprendimientos?**

En los casos de los campings, tanto Quillén como Trempain, su creación ha sido resultado de un conjunto de cuestiones impulsadas por **agentes externos** a la comunidad, es decir por personal de Co-manejo.

En tanto, la cooperativa ha surgido en forma voluntaria. En su emergencia **no ha habido influencia directa y explícita de agentes externos a la misma**. Si bien se ha visto que el contexto económico y social ha influido en su creación, no se detecta una acción concreta y puntual de los actores locales o regionales sobre los integrantes de la comunidad en su origen, a diferencia de lo que ha sucedido en los campings en estudio.

➤ **¿Cuál ha sido el rol de las instituciones locales y provinciales en la creación de estos emprendimientos?**

En la cooperativa Wekintwn como se podrá ver en las siguientes expresiones, sólo ha habido un acompañamiento, pero este ha sido luego de que los promotores hayan decidido asociarse para conformarla. Es decir, el **rol de las instituciones locales y provinciales** ha sido de apoyo posterior a la toma de decisión, tal como también sucede actualmente en los dos campings objeto de estudio.

Vale recordar que desde el principio de la creación del Parque Nacional Lanín, las Comunidades Mapuches que se localizaban dentro de esta área, se encontraban relegadas de la toma de decisiones sobre dichos territorios. A partir de la creación de la Confederación Mapuche Neuquina comienzan los reclamos para tener participación en las decisiones que se llevan dentro de territorio mapuche y en jurisdicción de Parques Nacionales. Es así, como surge el Co-manejo, es decir la administración conjunta de los recursos naturales dentro de la jurisdicción de Parques Nacionales y tierras Mapuches. Ello permite señalar que esta institución ha tenido influencia en la creación de los emprendimientos económicos, principalmente en los de tipo turístico, ya que previamente las comunidades estaban imposibilitadas de tomar decisiones respecto al uso de los recursos y del territorio que habitan. Es por ello que los emprendimientos económicos en estas comunidades, dentro de jurisdicción de Parques Nacionales, no datan de antes del año 2000.

El Werken de la Confederación Mapuche Neuquina, ha expresado que, tanto esta Confederación como Parques Nacionales y Pro-Patagonia han tenido una influencia indirecta en la creación de la cooperativa, pero que ellos también han incidido -como se ha dicho en el párrafo anterior- en la gestación de otros emprendimientos que se han llevado y se están llevando a cabo en territorio mapuche por parte de los pueblos originarios.

“No estaría seguro, pero sobre todo la Confederación ha generado muchos talleres con gente de Parques Nacionales, con técnicos, (...) que se llaman Pro-Patagonia que ellos han formado muchas ideas, sugerencias y que son técnicos que trabajan con las Comunidades Mapuches de la zona (...). Ellos pueden haber ayudado como la gente de Parques Nacionales, por ahí cualquier duda que tienen ellos están en esa parte técnica, por eso te digo es una parte indirecta que ha ido haciendo la Confederación porque la Confederación siempre ha trabajado con ellos en el Co-manejo de Áreas Naturales que son de Parques Nacionales pero que hay Comunidades Mapuches (...) entonces diría que indirectamente ha influido en la conformación, que está generando estas políticas de reemplazar la única forma de vivir, principalmente el uso de los animales” (Werken Confederación Mapuche).

Como se advierte en las respuestas de los entrevistados, en el surgimiento de las iniciativas, ha existido **influencia de actores** públicos del nivel provincial, quienes han cooperado -por caso- en la conformación y desarrollo de la cooperativa en estudio.

Así, tal como lo indicó el intendente de la ciudad de Aluminé, Lic. Méndez, “(...) El gobierno municipal tiene incumbencia dentro del ejido municipal (...). Por lo tanto, todo lo que está afuera de este territorio (refiriéndose al Paraje Ruca Choroy) nosotros no tenemos datos ciertos”.

En cuanto a la Dirección General de Cooperativas, el área de Control y Fiscalización tiene la función de llamar a interesados en integrar grupos cooperativos. El número de integrantes no debe ser menor a diez personas asociables para conformar una cooperativa. Así, se conforma el grupo “pre-cooperativo”. A los interesados se les facilitan los instructivos, y se extienden capacitaciones que refieren al sentido de las asambleas, la forma de gestión de las mismas, y acerca de los requisitos legales a cumplir para llevar adelante la cooperativa, etc. A posteriori, cuando este grupo pre-cooperativo ha decidido conformarse, se confecciona el acta constitutiva.

En relación a ello, la Directora Provincial de Cooperativas, Sra. Rolando, ha expresado:

“(...) Este espacio nos permite hacer esto (refiriéndose a la Dirección Provincial de Cooperativas), poder involucrarse, estar en contacto con la gente, poder ayudarlas a armar inclusive el objeto que a veces es tan engorroso en gente que está acostumbrada al trabajo de la tierra y nosotros al trabajo de los papeles (...) entonces, nosotros somos anti gestores; los ayudamos constantemente (...)” (Sra. Rolando, Directora Provincial de Cooperativas y Mutuales del Neuquén).

Agregó:

“Nosotros somos el órgano local competente, quienes controlamos la gestión de las cooperativas, somos un órgano de control de gestión” (Sra. Rolando, Directora Provincial de Cooperativas y Mutuales del Neuquén).

En cuanto al Camping Quillén, -como se ha visto- fue creado por agentes externos a las Comunidades Mapuches que se encuentran trabajando en este emprendimiento turístico. Actualmente, las funciones de las instituciones que participan activamente en el proyecto son principalmente agentes de apoyo. Han conformado un comité de gestión constituido por un miembro representante de cada institución que lo integra, donde cada uno tiene el poder de voz y voto en las decisiones que se toman en cuestiones que hacen al funcionamiento del camping.

Por su parte, en el caso del Camping Trepain, sólo Parques Nacionales coopera en su gestión, y junto con la Comisión Directiva de la comunidad toman las decisiones acerca de su gestión.

Reciben por otro lado, -al igual que el anterior- el apoyo de Pro Patagonia para las **capacitaciones**, principalmente de la actividad turística y para el financiamiento de las inversiones. Las capacitaciones son realizadas por la municipalidad de Aluminé a través del área de la Subsecretaría de Turismo y con la Universidad Nacional del Comahue a través de la Facultad de Turismo como asesor externo.

Imagen N° 2: Talleres de capacitación en el Camping Quillén.



Fuente: Gentileza Zonal Pehuenche. Aluminé

Estas capacitaciones son abiertas a todos los integrantes de la Comunidad Mapuche interesados en participar, siendo conscientes de que la falta de capacitación constituye un obstáculo para el trabajo futuro en estos emprendimientos. Además, estos campings, junto con los demás emprendimientos de este tipo en marcha dentro de la Zonal Pehuenche, realizan -una vez finalizada la temporada- reuniones para compartir e intercambiar experiencias, ayudando al afianzamiento de las comunidades y emprendimientos, aportando -de este modo- a “consolidar el capital social” y la cohesión social entre todos los actores sociales involucrados en ellos.

Al respecto el Coordinador del Camping Trepain manifestó como debilidad en la actividad lo siguiente:

“(…) Débiles podría ser en cuanto a capacitación de manejar estos proyectos que tienen que ver con el turismo” (Coordinador Camping Trepain).

Imagen N° 3: Encuentro de emprendedores en Aluminé.



Fuente: Gentileza de Zonal Pehuenche. Aluminé

En contraste a la situación de los campings, en cuanto a las capacitaciones que han recibido, el trabajo de campo ha permitido saber que la cooperativa Wekintwn recibió capacitaciones en sus comienzos, a partir de su constitución como cooperativa.

En lo que se refiere a asistencia técnica, la Dirección General de Cooperativas, ha brindado asesoramiento a los miembros de la comunidad en temas como: concepto de cooperativa, razones para su creación, y distribución de los beneficios, entre otros. Una vez conformados, se le ha dado capacitación a un grupo de mujeres que integran el “grupo de cocina”, referidas a nuevas recetas de comidas, por ejemplo, pizzas, canelones, pan dulce, etc.

Respecto a las capacitaciones esta Dirección ha respondido lo siguiente:

“(…) vino gente del INAES a ese congreso (de Economía Social), los trajimos (refiriéndose a miembros de la cooperativa Wekintwn), ellos expusieron. Y después se hicieron acá en noviembre las primeras jornadas de cooperativas de trabajo, también vinieron y también participaron de esas primeras jornadas (…) Se les dio esa capacitación, la cooperativa continúa, después se crea una relación prácticamente familiar porque ahora nos manda, por ejemplo, mails como se encuentran, si tienen que venir, también después a rubricar libros, y desde la Dirección General de Fiscalización también se hace una fiscalización preventiva, es decir se los ayuda a como tienen que ir manejándose administrativamente. Los balances, como tienen que ir manejando la administración, los libros, cada uno de los libros que deben llevar” (...). Continúo que la capacitación que se les ha brindado ha sido: “En la promoción, en el desarrollo y en la capacitación (...)” (Sra. Rolando, Directora Provincial de Cooperativas y Mutuales del Neuquén)

Y agregó:

“Yo en las capacitaciones los noto cuando vos empezás a capacitar, como está la gente con los hombros bajos, caídos y como nosotros los ayudamos, los inyectamos de esas fuerzas, y cuando terminan la capacitación se sienten de otra manera, inclusive en las fotos te das cuenta que hasta los hombros están altos, lo que pasa que nosotros, vos les tenés que hablar de solidaridad, les tenés que hablar de compromiso, de respeto hacia el otro, de cambios de actitud, de un montón de cosas, que bueno, hay que hacerlo solidariamente, con ayuda mutua pero fundamentalmente respetándose unos a otros entonces y ya no es, hay que salir del individualismo, que eso es a lo que nos sometieron, entonces trabajar en equipo cuesta, pero hay que hacerlo porque es la única manera de salir adelante” (Sra. Rolando, Directora Provincial de Cooperativas y Mutuales del Neuquén).

Por su parte, de las entrevistas realizadas a los asociados que recibieron las capacitaciones, se obtiene la **percepción acerca de ellas**, habiendo sido evaluadas las mismas como **insuficientes**. Al respecto, socios de la cooperativa y el Lonko de la comunidad han expresado lo siguiente:

“Es todo lo que pedimos, no estamos pidiendo trabajo, ahí tienen personas (refiriéndose al gobierno provincial y sus dependencias) o tienen la posibilidad de pagar personas para que capaciten. **Si bien nos vinieron a dar capacitación en el tema de gastronomía fue muy poquito, fueron 4 ó 5 fines de semana y ahí fue que desaparecieron también (...)**” (Presidente de la Cooperativa Wekintwn).

“Cuando Ana María Rolando llegó, ya estábamos decididos. Pero de capacitación todavía nada. Quedaron de mandar una persona para capacitar para la gente pero todavía nada. Iban a venir a visitar cada tanto pero desapareció. **¿Tienen interés en capacitarse?** Sí, mucho interés. Quedaron de mandar una persona para eso, y estamos esperando todavía (...) Necesitamos un capacitador” (Asociados).

“Primero decidimos solamente de pedir capacitación, había un grupo de costura y otro de gastronomía asique a las que nos capacitaron fueron solamente al grupo de cocina que bueno así igual le falta más capacitación, o sea le dieron muy poca clase y mucho no aprendimos (...)” (Asociada).

“Sí, permanentemente nos estamos auto capacitando y siempre necesitamos la otra parte, como te puedo decir, que nosotros venimos peleando a través del Ministerio de Desarrollo Social para que nos brinden una capacitación o que nos brinde capacitación permanentemente en todo lo que es lo administrativo ¿no? Si bien nosotros somos muy colaboradores conocemos mucho lo que es el trabajo pero por ahí siempre se necesita de capacitación a medida que va creciendo la cooperativa, se van necesitando, se suman las responsabilidades y se necesita capacitación. En un principio empezamos a recibir un par de capacitación para conformar la comisión y eso, pero de ahí como que no hubo más plata de parte del gobierno para pagar la gente que capacite, según dicen que no hay plata o que la provincia está muy pobre y está en quiebra (tono irónico) y entonces no se puede pagar más gente para capacitar” (Lonko de la Comunidad Aigo).

Las **capacitaciones** son de vital importancia para toda organización ya que proporcionan a las personas que trabajan en ellas las habilidades necesarias para realizar su trabajo³², la generación de nuevas competencias y la difusión de nuevos conocimientos codificados que se combinan con el conocimiento adquirido por las experiencias compartidas a lo largo de su trayectoria de trabajo, y del “prueba y error” cotidiano.

Además, se considera que el aprendizaje adquirido genera en las personas una actitud de autovaloración y refuerza la autoestima, facilitando la toma de decisiones en aspectos importantes que hacen a la organización, permitiendo la comunicación, participación, debate y colaboración entre los miembros de la organización. De este modo la insuficiencia de capacitación y conocimientos en el cargo que se asume, provocará limitaciones y rechazo a ocupar cargos en los emprendimientos.

Dicha cuestión se ha observado en los asociados a la cooperativa, no advirtiéndose esta deficiencia, en los integrantes del camping Quillén. Como fuera señalado, según las declaraciones de los asociados a la cooperativa, las capacitaciones recibidas han sido insuficientes. Puede reflexionarse que el mantenimiento de dicha situación a lo largo del tiempo, puede implicar la pérdida de competencias y de capacidad de gestión entre los asociados, pudiendo llegar ello a desencadenar la desintegración de la cooperativa en el corto o mediano plazo. Es importante destacar que los asociados a la cooperativa reconocen la importancia de la capacitación permanente para el desarrollo de la misma, en cuestiones de producción, comercialización, promoción, y en gestión en cada uno de los cargos que componen la comisión directiva, entre otros.

³²<http://www.mundomype.com/articulos/44-recursos-humanos/167-importancia-de-la-capacitacion-para-las-mype.html>

Finalizando, se concluye de los resultados obtenidos de este primer objetivo que todo emprendimiento, cualquiera sea su tipo, se encuentra inmerso en un entorno en el que se hacen presentes una diversidad de factores que movilizan a determinadas personas a actuar en pro o en contra de ellos, lo que genera un juego de fuerzas que actúa a favor o en contra de su consolidación. Estos factores pueden ser positivos o negativos, y pueden ser tomados o transformados para satisfacer determinadas necesidades las cuales motivan a las personas para desarrollar o crear algo que objetive tal realidad.

Con relación a la cuestión, Maldonado postula que: “gracias al turismo, muchas comunidades están tomando conciencia del gran potencial que poseen sus **activos patrimoniales** como son los recursos culturales, naturales, físicos y humanos, donde se busca valorizar los primeros y desarrollar las competencias técnicas y empresariales de estos últimos, a los efectos de enfrentar eficazmente las presiones competitivas del mercado globalizado” (Maldonado, 2007).

Se considera -además- estratégico el valor de las **capacitaciones**, ya que se ha estimado que éstas pueden incidir favorablemente en la creación y el desarrollo de la organización; de manera tal que facilite la mejora de la productividad del trabajo y la calidad de los productos. Resultan imprescindibles -además- las capacitaciones permanentes para la supervivencia en el mercado, en un contexto de constantes cambios técnicos y organizativos. Al mismo tiempo, dicha capacitación puede promover una actitud emprendedora que posibilite cumplir los objetivos empresariales propuestos, y a fin de enfrentar los cambios del contexto con mayor flexibilidad.

CAPÍTULO II: COMPONENTES PERSONALES Y CULTURALES

A continuación se expondrán las categorías de análisis del presente objetivo, para comprender cuales son los factores personales presente en los integrantes de los emprendimientos que han favorecido a la creación de estas unidades económicas.

Corroborando la teoría (García Canclini, 2001), con los emprendimientos de campings, se ha podido conocer que estos **se han asociado con el objetivo** de “tener un control más seguro y autónomo” de los recursos naturales del área y del patrimonio cultural, los beneficios que se generan de ello y la autogestión de los mismos.

En el caso del Camping Quillén, el **motivo** que los impulsó a comenzar a ser partícipes de dicho emprendimiento ha sido la necesidad de **resguardar el territorio** que habitaron sus antepasados y que en la actualidad estaba siendo explotado y transformado por agentes privados a través de las concesiones que daba Parques Nacionales. Podría hablarse de transformación natural y social del territorio (espacio social construido) en términos de Berdegué y Schetjman (2003).

A través del proyecto presentado por el Co-Manejo, vieron que por medio de la coordinación del camping podían principalmente, resguardar el territorio, proteger **los recursos naturales** existentes en el área y **rescatar su cultura**, la cual se ha ido debilitando, fundamentalmente en los últimos tiempos, a causa de la evangelización y de la marginación sufrida a lo largo de la historia.

Esto se puede ver expresado en palabras de los integrantes de los emprendimientos y miembros de las comunidades mapuches:

“El **objetivo número uno** ha sido poder **darle identidad resguardando el lugar**, porque si no resguardamos nosotros ahí, viene otro, lo hace, lo contamina y nosotros por ejemplo tomamos el agua, vemos la contaminación porque vivimos en el lugar. (...)Entonces quienes quedamos sufriendo las consecuencias somos nosotros (...), entonces **como preservar, cuidar es estar adentro, es por eso que nos hemos animado al turismo** porque no nos queda otra, o somos parte o la vemos pasar y no nos quejemos después de las consecuencias. (...)Nosotros decimos estamos preservando un lugar de la naturaleza y lo queremos preservar, lo queremos resguardar pero de qué forma lo podemos resguardar, siendo que si nosotros no estamos ahí el turista igual se te va a meter, si vos no estás permanentemente se te va a meter igual y el impacto va a ser más, entonces que mejor que estar de adentro que estar afuera, entonces para ello se eligió estar adentro y de alguna forma u otra ayudar a controlar. (...) **El rescate de la cultura nuestra es lo principal**” (Miembro del Camping Quillén).

“**Mantener nuestro territorio**, hacer posible que siga como está cuidándolo, haciendo el menor impacto posible y **aprovechándolo de una manera equilibrada y mostrando que podemos trabajar**” (Coordinador Camping Trempain).

“Fue en forma voluntaria por necesidad. Pero no necesidad por ganar plata, sino una necesidad en cuanto al territorio, sí también tenía que ver por una cuestión económica, pero **más que nada tenía que ver por una cuestión más territorial**” (Werken de la zonal Pehuenche).

En cuanto al Camping Trempain el **motivo** que los ha llevado a crear este emprendimiento ha sido, por un lado, al igual que el anterior, **resguardar el territorio y proteger los recursos naturales** en donde se encuentran asentada dicha comunidad, por otro lado, poder **equilibrar el uso territorial**, ya que al ser una comunidad con tantos habitantes y en constante crecimiento, “hay muchos animales, el suelo sufre mucho, y la actividad no es suficiente para todos (...) sino unos pocos sobreviven y otros no pueden usar el territorio, ¿por qué no utilizarlo haciendo otra cosa?” Palabras expresadas por uno de los primeros coordinadores del camping en una entrevista realizada. Y agregó:

“(…) **Por necesidad y también por asegurar los espacios territoriales que tenemos como comunidad**, es una forma de administrarlo para asegurarnos y cuidar el territorio. Surgió dentro de la comunidad (…). La necesidad fue un poco **equilibrar el uso territorial**, porque vemos con el tema ganadero la tierra sufre mucho, hay muy poca pastura, depende el tiempo el campo esta bueno o esta malo, hay pasto o no, y hay muchos animales y es una forma de equilibrar el uso de la tierra” (Coordinador del Camping Trempain).

“(…) El camping surgió en base a una necesidad de que los jóvenes empiecen a hacer una actividad en el turismo, capacitarse, como que tengan trabajo de alguna forma. Y después preservar, la misma gente de la comunidad pueda cuidar el agua por las contaminaciones que se estaba dando ahí, entonces la preocupación fue en cómo empezar a cuidar, y que la misma gente de la comunidad sea quien explote el turismo, poder cuidar el medioambiente” (Werken de la Comunidad Aigo).

Imagen N° 4: Veranadas en el Paraje Ruca Choroy



Elaboración propia. Noviembre de 2009/ Febrero de 2010.

Lo analizado en los emprendimientos y manifestado en las declaraciones anteriores, se puede relacionar claramente con varios de los caminos que permiten el desarrollo de emprendimientos con base en la Economía Solidaria identificados por Razeto (1999), los cuales se encuentran desarrollados en el marco teórico de la presente tesina. Uno de ellos establece que los pueblos y etnias originarias buscan a través del desarrollo de emprendimientos “*rescatar la cultura y reconstituir sus modos de vida*”. Así se ha podido conocer que a través de la creación de estos emprendimientos, las comunidades afectadas por los mismos, reafirman de esta manera su identidad como pueblo mapuche, retornando a la forma de organización característica en los pueblos originarios de América Latina, la cual se basa en el **trabajo colectivo y solidario** de sus miembros, que fortalece la subjetividad de cada uno de ellos y la identidad colectiva como pueblo.

Por otro lado, y coincidiendo con los caminos de este autor, los integrantes de los campings, han visto la necesidad de preservar los recursos naturales del área -teniendo en cuenta el valor paisajístico en el que se encuentran asentadas estas comunidades y sus emprendimientos-, evitando de este modo realizar un desarrollo capitalista, concordando esto con los objetivos principales de su asociación.

Imagen N° 5: “Área del Camping Quillén”.



Fuente: Gentileza de Zonal Pehuenche. Aluminé

Imagen N° 6: “Área del Camping Trepain”.



Fuente: Elaboración propia. Febrero 2010.

Por otro lado, en cuanto a la cooperativa Wekintwn, se ha podido ver que la **motivación principal** que han tenido los pobladores para su creación ha sido principalmente la **satisfacción de las necesidades básicas**, obteniendo de este modo una fuente de ingresos económicos. Interpretando a Gaiger (2004) y a través del análisis de las entrevistas realizadas, se ha podido conocer que se han agrupado principalmente los miembros de la comunidad que han sido “*excluidos del mercado laboral*”, tal ha sido el caso de los empleados de CORFONE y las artesanas que vendían sus productos a Artesanías Neuquinas quien ha dejado de comprarles, buscando de este modo “*una alternativa colectiva de supervivencia*” tal como se ha visto en el capítulo precedente.

Los emprendedores han manifestado además, la importancia de su creación para evitar la **migración de los jóvenes** a la ciudad y, que quienes se hayan ido -sea por trabajo o por estudio- regresen, pues con estas situaciones solo se obtiene una pérdida progresiva de la cultura.

En resumen de lo analizado hasta aquí, queda expuesto que el **objetivo** principal de estos emprendimientos es fundamentalmente **mejorar la calidad de vida** de los miembros que trabajan en ellos, y en consecuencia la de las propias familias y de la comunidad en general, que directa o indirectamente se benefician de estos.

Por otro lado, parafraseando a Max Neef (1986) se concuerda que el desempleo prolongado puede terminar por perturbar el sistema de necesidades fundamentales de las personas, generando -los problemas de subsistencia- sentimientos de desprotección en ellas, así como la falta de participación permitirá el apareamiento de sentimientos de aislamiento y marginación y la disminución de la autoestima puede generar además, crisis de identidad.

Por todo lo expuesto y coincidiendo con la teoría, se puede afirmar que estos emprendimientos han sido creados con el objeto de “suplir sus necesidades materiales como sus aspiraciones no-monetarias, de reconocimiento, inserción social, autonomía, etc.” (Nyssens, 1996 en Gaiger (2004).

Al respecto, el Lonko de la Comunidad Aigo expresaba lo siguiente en una entrevista realizada:

“Lógico cuando empiecen a ver los frutos de los trabajos, de que hay beneficios directos a familias obviamente que va a ver un cambio, ya empiezan a darle otro **valor al trabajo**. Cuando se empiezan a ver estas cosas ayuda. (...) **Fortalecer el trabajo mutuo** es parte de esto” (Lonko Comunidad Aigo).

Se ha visto además que la creación de los emprendimientos no sólo busca la satisfacción de necesidades interna, sino que también estos emprendimientos, tal como se presenta en la ficha de Cátedra de Psicología Social (2001) están cumpliendo funciones externas; esto es las relacionadas con la comunidad que integran satisfaciendo de este modo, expectativas y necesidades, tal es el caso de generar productos y ponerlos a disposición, sean bienes o servicios, como lo hace la Cooperativa Wekintwn, proporcionar nuevas fuentes de trabajo, como lo hacen los tres emprendimientos en cuestión, entre otros. El Lonko de la Comunidad Aigo lo expresaba de la siguiente manera:

“Lo fundamental es **poder ayudar a la gente o al que menos tiene**. Siempre en este marco comunitario, **que el beneficio sea siempre para todo**”. (Lonko de la Comunidad Aigo).

A su vez, estas situaciones generan cambios positivos en los miembros involucrados, tal como fortalecer la subjetividad, consolidar el capital social, incrementar la autoestima, entre otros. Es decir que estos factores también favorecen -de modo indirecto- la creación de emprendimientos.

En cuanto al fortalecimiento de la **subjetividad**, importante para la satisfacción interna de las personas (Verosísimo Veronese, 2007), en todas los entrevistados pertenecientes a las comunidades que participan de los emprendimientos en estudio, se ha identificado la necesidad de demostrar que ellos también se encuentran capacitados para crear y mantener un emprendimiento económico, evitando y/o disminuyendo de esta forma la marginación y la exclusión por parte de la sociedad.

“Muchas veces se nos tilda o se nos dice un montón de cosas que **no somos capaces**, o **no somos inteligentes**, todas esas cosas. Como que esto les tapó la boca a un montón que no es así, que también dentro del Pueblo Mapuche, o la comunidad hay capacidad, hay personas con mucha capacidad para hacer cosas” (Lonko de la Comunidad Aigo).

“Yo sé que la gente viene porque no sabe, no conoce, y no se van con la visión de decir estos paisanos, estos indios son atorrantes, por ejemplo, capaz que no estamos laburando en una oficina, porque capaz para ellos el laburo es eso, nosotros salimos todos los días a cuidar los animales, a volverlo, a esquilarnos, a señalarlos (...) y otros tienen otros proyectos, vivimos de eso, somos eso, entonces por eso digo yo que tiene que ser un camping para generar estos espacios para el intercambio” (Miembro de la comunidad Aigo y coordinador del Camping Trempain).

“Yo no tengo estudio, yo tengo hasta segundo año y hoy en día estoy manejando la coordinación. Es como que **no somos unos atrasados, tenemos capacidad** para aprender y para hacer más cosas y también para que nos animemos a hacer algo dentro de nuestra propia comunidad, porque como que estábamos estancados, ¿esperando de qué?” (Coordinadora del camping Quillén).

“**Empezar a sacar un poco la discriminación** que tenemos como Pueblo Mapuche, Aluminé es un pueblo muy discriminador, se piensa que los Mapuches viven pidiendo, que no hacen nada, entonces para mí eso también es **un desafío** empezar a visualizar para afuera lo que hacemos, mucha gente no sabe lo que hacemos, piensa que nosotros vivimos tranquilos, hay mucho trabajo comunitario muy importante que lo generamos nosotros mismos” (Presidente de la Cooperativa Wekintwn).

Respecto a la cuestión de la **autoestima**, se ha visto cómo gracias a la creación de emprendimientos los miembros de las comunidades comienzan a elevar su autoestima, valorándose y valorando a su vez los productos por ellos elaborados.

En el caso de la Comunidad Aigo, como se ha visto en el capítulo anterior, a causa de la desocupación y la necesidad de obtener ingresos para subsistir, las artesanas de la comunidad vendían sus productos a muy bajo precio, desvalorizando de este modo su trabajo ancestral.

“En realidad eso de la venta de su producto siempre lo han estado haciendo, pero siempre regalándola, por la misma necesidad ellos lo vendían al precio que el comerciante lo quería pagar y eso hoy la gente lo vio y lo está viendo y de alguna forma se la rebuscar y no espera a que alguien venga y se le pague el producto(...)el cambio de la persona es que **hoy por hoy la persona ve el valor que tiene su producto**, eso es un cambio que cada familia, persona, lo tiene. No sé si el mejoramiento de vida o de recursos para sostener a su familia pero si la mentalidad de **valorar su producto**” (Werken de la Comunidad Aigo).

“**El mismo turista te enseña a valorarnos, a valorar nuestra cultura.** Tenemos talleres para hablar este tema. Yo creo que es bueno que el pueblo mapuche se abra, justamente para dar a conocer eso, y que **somos iguales y no somos bichos raros (...)**”. Además agregó: “El beneficio va a ser que la gente la sociedad se vaya concientizando ellos mismos que es un pueblo con proyectos, que trabaja, y que tiene también cosas interesantes para compartir y llevar. (...) Creo que nos hace muy bien, nos fortalece para mostrar no solo a la sociedad sino al gobierno, al Estado, a la clase política que maneja, o queremos mostrar que a nosotros no nos basta, no nos conformamos con los \$150, sino que también queremos proyectarnos, trabajar, que también podemos llevar algo adelante, y ojalá salgan más proyectos que podamos mostrar que verdaderamente nosotros podemos y no estar atados como con estrategias del Estado. Esto es algo que nos favorece a nosotros pero es un punto menos que pierde el gobierno” (Coordinador del Camping Trempain).

“El beneficio va a ser que la gente la sociedad se vaya concientizando ellos mismos que es un pueblo con proyectos, que trabaja, y que tiene también cosas interesantes para compartir y llevar” (Coordinador del Camping Trempain).

Otro de los beneficios que ha traído la creación de los emprendimientos ha sido el aumento y fortalecimiento del **capital social** de los miembros de las comunidades.

“La creación del camping si tuviera que pensar en frío te digo (trajo) la confianza y la unión no solo de la Comunidad Currumil sino que también de la Comunidad Lefiman y entre comunidades, más allá de todas las diferencias que ha habido pero tratar de unirnos y pensar como pueblo mapuche y no como yo, no como familia” (Miembro de la Comisión Directiva de la Comunidad Currumil).

Se puede decir que han pasado de poseer un capital social simple, donde en las prácticas económicas las relaciones sociales no iban más allá de las de parentesco o vecindad, a un capital social ampliado por cuanto estas unidades económicas han decidido asociarse para hacer frente a situaciones comunes de necesidad o de proyección de futuro.

Esto se puede ver en las propias manifestaciones de integrantes de la comunidad quienes han reconocido la importancia de las relaciones sociales en la actividad turística y del actuar en forma asociada con otros prestadores de servicios. Al respecto el coordinador del Camping Trempain expresaba:

“**El turismo no se puede hacer solo, sino en cadenas, los que trabajan en camping, más otros emprendimientos con los artesanos, con todas las gentes que estén involucrados con el turismo, hay que hacer un trabajo amplio que mientras más oferta haya para el turismo es mejor.** Por ejemplo hay dos camping, el organizado (Camping Trempain) y otro agreste (Camping Kalfi Quitra), ahora está el tema del hospedaje y comidas típicas en el salón comunitario, son cosas que se van armando para que el turismo que esta acá en el camping tenga otras cosas para hacer, las guías, caminatas, eso hace que el turismo tenga más cosas para hacer, para ver, para quedarse más días y nos viene bien a todos. (...) Por lo general compra, se hace comida, mostramos videos de los procesos del pueblo de la comunidad (en el salón comunitario) (...)” (Coordinador Camping Trempain).

Imagen N° 7: “Salón Comunitario Ruca Choroy”.



Fuente: Elaboración propia. Noviembre de 2009.

Imagen N° 8: “Camping Agreste Kalfi Quitra”.



Fuente: elaboración propia. Noviembre de 2009/febrero de 2010

Cabe destacar que por medio de la creación de emprendimientos basados en la actividad turística, muchos integrantes de las comunidades involucradas destacan la importancia de éste para darse a conocer como pueblo originario, reforzar su capital simbólico, hacer conocer su modo de vida, sus creencias, etc.

Principalmente en el caso del camping Quillén, las Comunidades Currumil y Lefiman, tal como lo han expresado, se encontraban “muy pobres de contenido cultural” debiendo tomar clases principalmente las personas más jóvenes sobre temas relacionados a su cultura. Es importante mencionar que en el pueblo mapuche no hay registros escritos sobre su cultura, por lo que es de suma importancia la transmisión oral de conocimientos por los Pillan Kuse.

Las personas mayores poseedoras del conocimiento ancestral, han dado talleres de **capacitaciones** de diferentes temas tal como es el caso del significado del lago, las piedras, los lugares sagrados, los colores e importancia de su Wenufoyé (bandera), entre otros.

“Siempre hemos tratado de venir trabajando con lo que nuestros mayores nos indican pero por ahí lo que es el mapudungun y todo lo que se refiere al pueblo mapuche por ahí tenemos un poco menos información porque al ser tan jóvenes no aprendimos nada, lo poco que aprendimos lo compartimos con el turista si al turista le interesa, tampoco nos ponemos tan pesados, si le interesa le damos una charla de nuestras comunidades, de cómo funcionamos, cuál trabajo hacemos, porque peleamos por eso, porque peleamos por lo otro, en definitiva eso, si al turista le interesa (...)” (Miembro de la comunidad Currumil).

Y agregó:

“Si estás en el camping también viene el turista y le pregunta cómo es esto de las comunidades y qué significa el mapuche, y qué significa el lago para ustedes. Y porque cuidan tanto la naturaleza, y te bombardean con miles de preguntas y entonces si no sabes contestar entonces para que estás, por eso son necesarias las capacitaciones. Es más, se ha dicho que en las comunidades los chicos que no participan en estas capacitaciones no pueden ser parte del trabajo en el camping”.

“(…) Yo creo que nos ayuda porque aparte conocemos muchísima gente hacemos circular nuestro kimén, nuestro rakidwam, nuestro mapuche, nuestro idioma, la problemática que sufre el pueblo mapuche, lo hacemos circular porque viene gente de todos lados, (…) porque si no estuviéramos hoy en el camping como que nadie sabría de nuestra existencia, (…) si uno demuestra buen carácter, buena atención tenés que esperar una buena temporada porque es así” (Coordinadora del camping Quillén).

“Ha generado mucho, los cambios que han sido han sido bueno porque la gente si no hubiera sido por el trabajo acá en el camping la gente no hubiera aceptado hacer un trabajo de talleres con los mayores para intentar recuperar la cuestión cultural. Sí, ha sido muy positivo” (Werken de la zonal Pehuenche).

Esta situación no se ve tan reflejada en la Comunidad Aigo. Las personas de esta comunidad conservan los valores tradicionales de su pueblo. Un ejemplo importante es que en esta comunidad todavía se habla el “mapudungun” (idioma mapuche). Por el contrario, en las comunidades Currumil y Lefiman ya casi no se habla, y ha debido rescatarse para poder ofrecer al turismo un camping con identidades diferentes al resto de los camping no administrados por comunidades Mapuches.

Justamente esto ha sido la fortaleza que han identificado miembros de la Comunidad Aigo:

“Yo creo que fuertes, en la cultura, en eso estamos muy bien todavía (…) Fuertes más en lo cultural. No se ha perdido eso, creo que la comunidad se sigue manteniendo fuerte tanto en la lengua como en lo que tiene que ver con vivir y todo lo que tenga que ver creo que la comunidad está más fortalecida en eso y creo que es lo que más valora el turismo” (Werken de la Comunidad Aigo).

“¿En la cultura que afecte?, al contrario lo fortalece. Es todo lo contrario, y si hay alguno que le parece que le debilita es porque generalmente existe un poco de debilidad en la cultura y si no todo lo contrario” (Palabras expresada por el primer coordinador del Camping Trepain, refiriéndose al turismo)

Mientras que ha sido una debilidad identificada para la comunidad Currumil y Lefiman.

“(…) Es muy diferente el camping de Ruca que el de Quillén. El tema cultural, los chicos jóvenes, ellos no mantuvieron la parte cultural, la lengua y ellos están en ese proceso de poder recuperar o buscar que pueda tener el camping la identidad que les corresponda, están en ese proceso en cambio el camping de Ruca lo tiene” (Miembro de la Comunidad Aigo).

Presidente de la Cooperativa Wekintwn haciendo referencia a los valores culturales que la cooperativa fortalecería expresó lo siguiente: “También la idea es empezar a usar los frutos de aquí, el piñón, la manzana, hacer dulces, hacer la comida, el pan, otra cosa que se ha perdido. Nosotros teníamos mucha comida ancestral, lo que hizo con llegar el negocio, es mucho más rápido, vos en el negocio compras, hoy somos consumidores de primera, y antes no, antes tenías la huerta, tenías la papa, la lechuga, la arveja y cocinabas con lo que tenías en tu casa, no necesitabas ir al pueblo 2 ó 3 veces a la semana a comprar fideos, es un cambio que se ve también”. ¿Y ahora con esto de la gastronomía ancestral, se empieza a recuperar parte de esto? “En parte sí, creo que sí, ya se empieza a dar el debate, que hacemos nosotros para tener un poco de autonomía en este sentido de la comida, el trabajar, como generamos nuestro propio alimento, y eso va trabajando en el pensamiento de muchos, trabajar la huerta, sembrar, salir a recolectar. Hoy no está, se está perdiendo, pero rápido. Acá se trabaja mucho el tejido; madera y plata no (…)”. (Presidente de la Cooperativa Wekintwn).

“Las personas mayores, el pueblo mapuche en general, o las comunidades, uno de los principios o valores que tenía, era eso de **ayudar al prójimo**, ayudar al vecino, ayudar al que menos tiene, hacer el trabajo en conjunto, y bueno eso poco a poco se había perdido, como que si yo te ayudo pero me tenés que pagar (…) yo creo que la cooperativa viene a fortalecer mucho el ayudarse uno con otro” (Lonko de la Comunidad Aigo).

Como se ha podido observar, la creación de los emprendimiento en cuestión, cualquiera sea su naturaleza, se encuentran basados en los **valores culturales**, en la cosmovisión mapuche. Este sistema de valores culturales está compuesto por normas -explícitas e implícitas- que gobiernan su modo de vida, en lengua mapuche el “Nonfelial”. El Werken de la Confederación Mapuche Neuquina lo explicaba de la siguiente manera:

“La cooperativa que formó la comunidad Aigo es una cooperativa muy nueva que va a ser una herramienta muy buena para que ellos puedan dimensionar como trabajar esta nueva oferta o posibilidad que es el turismo. Pero nosotros siempre hacemos el planteo de un **turismo con identidad**, o sea, no un turismo invasivo, un turismo que contamine, porque para hacer cualquier, nosotros le llamamos planes de vida, antes de ponernos a hacer cualquier plan de vida tienen que estar el respeto a la naturaleza, a las fuentes de agua donde nace toda la vida, el respeto a los pehuenes que son el árbol sagrado y tenemos muchos lugares sagrados, entonces cualquier emprendimiento turístico debe hacerse consensuando ese marco general de respeto a la naturaleza. **Nosotros tenemos leyes no escritas** que nos obligan a respetar el orden natural, que nosotros les decimos Az Mapu y entonces ese **Az Mapu** no puede ser violentado y creemos que después de Roca hemos sido obligados a vivir en otra forma, yendo en contra de nuestra propia naturaleza, porque el modelo de desarrollo no contempla que la naturaleza en realidad es parte nuestra, y nosotros no somos los dueños. Una construcción de vida que tiene que ver con este pensamiento, que nosotros no estamos de acuerdo, ver a los recursos naturales explotarse en forma industrial sino creemos que son espíritus con vida y que la gente mayor, nuestra machi, pillan kuse, lonkos, los werkenes tienen que buscar la forma para que haya un **desarrollo con identidad**, por eso hablamos nosotros de estos planes de vida que es como decir vivir en armonía con la naturaleza, **desarrollándonos pero en equilibrio**. Entonces ese es un poco el marco para cualquier actividad de tipo turística que estamos compartiendo entre las diferentes zonales del pueblo mapuche, que estamos dentro de la Confederación Mapuche Neuquina” (Werken de la Confederación Mapuche)

Como se ha podido ver en el párrafo anterior, los principios en los que se basa el Pueblo Mapuche son los de la sustentabilidad ambiental, en los cuales se establece el cuidado del medio ambiente, haciendo uso racional de los recursos naturales, pudiendo ser aprovechados tanto por la generación actual, como por las generaciones venideras.

“(…) Lo realmente sustentable es trabajar con cosas que tengan que ver con los procesos biológicos y naturales, que depender de energías que se van y que contaminan (...)” (Weken de la Confederación Mapuche).

Dentro de los **valores culturales** que se encuentran presente en las Comunidades Mapuches, - además del respeto y cuidado de los recursos naturales- se encuentra la solidaridad y el trabajo comunitario “juntarse y unirse para poder conseguir algo (...) para tratar de alguna forma mejorar nuestra calidad de vida”.

“En nuestra cosmovisión mapuche desde que somos pequeñitos hacemos trabajos comunitarios en nuestra comunidad, por ejemplo si hay que ayudar a alguien hacer algo en conjunto tenemos experiencia en trabajo comunitario, en trabajar unos con otros o simplemente trabajar en la comunidad en pos de beneficio para todos como que ya venimos, ya nacemos con eso desde que tenemos noción ya lo tenemos eso de trabajar comunitariamente” (Miembro de la Comisión Directiva de la comunidad Currumil).

“Eso es lo que nos está ayudando bastante, la charla con los mayores, ellos nos dieron la forma esa, porque si ellos no tienen la forma de trabajar como se trabajaba antes, como trabajaban los abuelos que se ayudaban unos con otros el camping seguramente no sé si estaría como lo están llevando ahora. Yo creo que lo siguen haciendo con la formalidad de antes porque esto de ayudarse uno con otro, del que compañero por ejemplo si ellos no tuvieran la formalidad de ahora si vos faltas, o tenés un día que no puedes ir al camping ellos ya se pondrían molestos, sino que ellos todavía siguen manteniendo eso; si falta un compañero no es porque faltó porque quiso sino porque le surgió otra cosa y lo perdonan y hacen el trabajo de él, y se ayudan mutuamente, asique eso nos sirvió” (Werken de la Comunidad Aigo).

“(…) Que los mismos jóvenes que están hoy por hoy creciendo siguen viendo lo que es el trabajo comunitario, el compartir, después también el no perder la forma del trabajo que tienen, y también eso que los jóvenes mismos se preocupen de seguir buscando la historia o informándose cada cosa que se está dando como pueblo, porque ellos saben que el turista vienen a conocer a ver eso y yo creo que eso el camping está ayudando en eso para que cada joven se preocupe en informarse y ver, contarle también al turismo todo lo cultural” (Werken de la Comunidad Aigo).

Por otro lado, y continuando con los valores de las comunidades, en todas las entrevistas realizadas a los integrantes de los emprendimientos objeto de estudio, se ha podido ver que éstos son pensados y creados con el objeto de que se beneficien la mayor cantidad de miembros de la comunidad, en forma directa o indirecta, es decir, son emprendimientos comunitarios basados en la solidaridad y cooperación entre sus miembros, y no emprendimientos individuales basados en el lucro y la competencia.

Lo antes dicho, se puede comprobar en la **forma de organización** y en la modalidad de **reparto de las ganancias** en el que se basan estas unidades económicas.

En cuanto a la **organización del trabajo**, en los campings la misma se basa en la rotación de las personas en las tareas. Como se puede advertir en la siguiente declaración, los miembros de la comunidad, en su modo cotidiano de vida, han ejercido esta práctica ancestral de **trabajo comunitario**, logrando a través de los emprendimientos creados, no sólo resguardar el territorio, proteger el medio ambiente (capital natural) y obtener un ingreso económico (capital económico y de consumo), sino que además, a través del trabajo solidario, han podido recuperar las tradiciones ancestrales de su organización (capital simbólico) totalmente ligadas a la cooperación y a la asociación solidaria (capital social), característica de los emprendimientos de la Economía Social y Solidaria. Ello es expresado en entrevista por el presidente de la Cooperativa Wekintwn.

“Una de las falencias, si bien en muchos años el tema trabajo, de ayudar, de dar una mano, esto me falta a mi yo te convido, te doy de aquello, y eso como que se fue perdiendo nuestro pueblo se manejaba así, tradicionalmente (…)” (Presidente de la Cooperativa Wekintwn).

En el camping Quillén, la rotación se realiza todos los meses. A su vez, dentro del mes se van rotando cada semana los diferentes puestos -administración de la proveeduría, acampe, baños y basura-, logrando de esta manera, por un lado, que todos tengan experiencia en las tareas de cada uno de los sectores a trabajar, y por otro lado, que quienes muestren interés en participar en la temporada, puedan hacerlo. Los puestos que quedan fijos por más tiempo son los de la coordinación, y la administración general del camping. Esta última está compuesta por un integrante de la comunidad Currumil y otro integrante de la comunidad Lefiman. En el camping pueden participar varios integrantes de una familia, a diferencia de quienes trabajan en el Camping Trempain.

La rotación tiene por objeto que los jóvenes participen activamente en la comunidad, lograr que desarrollen un interés en cuestiones que hacen a la cultura de estas comunidades y que puedan obtener un ingreso económico que les permita seguir estudiando. Así lo expresaron en entrevistas mantenidas, un miembro de la Comisión Directiva de la Comunidad Currumil, y un miembro del Camping Quillén:

“Hoy nadie te dice: yo quiero ir a trabajar al camping a hacerme unos pesos. Si querés ir a trabajar anda a otro lado si querés ganar plata, porque **esto no es un trabajo para ganar plata sino una experiencia que se intenta hacer**” (Miembro de la Comisión Directiva del la Comunidad Currumil).

Factores que inciden en la génesis y desarrollo de emprendimientos turísticos asociativos.

“La gente de la comunidad lleva todos los productos, pero también eso va todo organizado, cuando vamos a empezar con el camping todo el que quiera trabajar tienen que presentarse en la reunión, tiene que decir yo hago tal cosa yo quiero trabajar, yo voy a ir, no aparece cuando quiera, igual las productoras, tienen que juntar todas las que quieran vender para poner precios, para ponerse de acuerdo con los precios, para todo eso, y la que no fue es que no le interesa entrar, entonces no va. No es que cuando quieras te apareces y después no. Hay una organización que se maneja de esa manera, antes de arrancar el camping, se hacen reuniones con los que van a trabajar con las productoras y todo así y después se apartan. El que no apareció queda afuera” (Miembro del Camping Quillén).

Vale hacer mención, como otra de las formas de trabajo comunitario, al trabajo asociado en el camping de los integrantes de las comunidades Currumil y Lefiman al principio de la temporada.

“(…) Estamos más abocado a la parte ancestral. Si vamos a una temporada, antes de arrancar la temporada hacemos una ceremonia, después de la ceremonia hacemos el tema del trabajo comunitario que no lo cobra nadie y que lo trabajamos todo, el tema del acarreo de leña para vender en la temporada; la colocación de las mangueras; vemos entre todos en qué condiciones están los fogones; la proveeduría; y si hay que hacer algún mejoramiento lo hacemos, ese es un trabajo comunitario” (Miembro de la Comisión Directiva de la Comunidad Currumil).

Imagen N° 9: “Ceremonia en Quillén: MARICI VVEV”



Fuente: Gentileza Zonal Pehuce Aluminé.

Imagen N° 10: “Trabajo comunitario para el Camping Quillén”.



Fuente: Gentileza Zonal Pehuce Aluminé.

En el caso del Camping Trepain, la organización se basa en el modo de trabajo comunitario como el que han venido haciendo siempre.

“Se siguen utilizando parte de lo nuestro, el intercambio entre nosotros, en cómo podemos trabajar, cada decisiones se toman en conjunto, se evalúan, eso es una práctica ancestral” (Primer coordinador del camping Trepain y miembro de la Comunidad Aigo).

Por otro lado, en cuanto a la **rotación**, ésta se realiza cada dos temporadas con el fin de que los que trabajan puedan obtener experiencia y se vayan beneficiando las familias que les interese participar. Además, quienes tienen la administración de dicho camping, a diferencia del caso del Camping Quillén, deben cuidarlo durante la baja temporada, es decir, que tal como lo expresaba la Werken de la comunidad Aigo, “durante el invierno también tienen que ir a verlo para ver que la nieve no haya volteado la proveeduría, cuidarlo para que esté en condiciones la temporada siguiente”. Y agregó:

“Se rotan los chicos, cada dos temporadas se cambia el grupo para que sean beneficiarios. Más que nada cada dos años, una porque ya se hacen de experiencia sino ya es mucho (si fuesen más años) porque la comunidad es muy grande y queremos que todos sean beneficiarios y parte del trabajo. (...) Cada vez que se hace la nueva convocatoria o cambio de grupo se le hace saber a las familias que no pueden ser dos de la misma casa, sino un representante de la familia” (Werken de la Comunidad Aigo).

Por otra parte, en ambos campings, se benefician además personas de la comunidad que pueden proveer sus productos para la venta en los mismos; tal es el caso de las artesanas que pueden exponer sus tejidos en ellos, también las productoras de pan casero, tortas, asados, etc. En el caso del Camping Quillén, al ser dos las comunidades que trabajan en él, los que proveen principalmente de alimentos, se turnan una semana cada uno.

Por otro lado, la Cooperativa Wekintwn exhibe una división del trabajo que consiste en la organización en sectores integrados por grupos de personas que se especializan en determinadas tareas, por ejemplo, un grupo de cocina, donde se elaboran empanadas, tortas, canelones, etc.; otro grupo es el de “rescate de comida ancestral”; en él se elaboran comidas típicas de estas comunidades, por ejemplo, las basadas en el piñón, como alfajores y demás, elaborados en base a la harina de este fruto; otro grupo se dedica a la costura; otro, a la venta de tejidos artesanales, etc.

Además, la cooperativa por su estructura y modalidad organizativa tiene una Comisión Directiva, integrada por presidente, vicepresidente, vocal, tesorero y secretarios, además de los propios asociados.

“Todo lo que es la organización, la forma de administrar los recursos así sean en dinero o la forma de trabajar (...) **se asimila mucho con una cooperativa**. (...) Todo lo que se emprende acá, se emprende desde la cosmovisión mapuche. La forma de trabajar, la forma de organizarse, el respeto, se pone mucho en práctica los **valores y principios de nuestros mayores**, por eso digo yo que **ayuda a fortalecer sobre todo el trabajo comunitario, el ayudarse mutuamente** que eso hoy lo estamos perdiendo, sobre todo la juventud que cuesta ayudar al prójimo y la cooperativa hace que eso se vuelva a retomar” (Lonko de la Comunidad Aigo).

Es importante remarcar que de las entrevistas analizadas se deduce que quienes integran dicha cooperativa, buscan, además, que el beneficio sea general para la comunidad Aigo y otras comunidades que establecen relación con la cooperativa.

Un werken de la Confederación Mapuche Neuquina, refiriéndose a la cooperativa Wekintwn, ha expresado:

“Nosotros tenemos unas palabras que se dicen **quillegún**, significa ayudarse entre todos, entonces tenemos otra forma de asociativismo que es el **ruca-túm** entre todos hacer una casa, entonces para nosotros estos principios cooperativistas son una forma de producción que nosotros ya tenemos incorporada ancestralmente, (...) está dentro de nuestra cultura siempre, entonces es lo mismo esto de las cooperativas. Para nosotros es una nueva herramienta, que según como la usemos y le demos nuestro contenido cultural, nos va a beneficiar mucho y nosotros también vamos a ayudar a otros, ese es el concepto de cooperativismo y eso es lo que nosotros siempre hemos tratado de hacer.

Y agregó:

“Fundamentalmente **poder ayudar a la gente o al que menos tiene**. Siempre en este marco comunitario, que el beneficio sea siempre para todos. (...) La cooperativa trabaja paralela a la comunidad o a la comisión directiva. No hay diferencia, es mas **se toma como un trabajo comunitario** lo que es trabajo, aunque no sean socios” (Werken de la Confederación Mapuche Neuquina).

Esta cooperativa está compuesta mayoritariamente por integrantes de la comunidad Aigo, y por cuatro integrantes de la comunidad Epu Pehuén, pero además sus miembros están abiertos a incorporar más socios que quieran participar en ella:

“Tenemos cuatro personas que no son de la comunidad, son de Epu Pehuen (...) que es otra comunidad que con todo esto vamos a empezar a **romper con esas reglas de límites**, entonces hoy trabajamos juntos, en todo sentido” (Presidente de la Cooperativa Wekintwn).

“Yo creo que la cooperativa no se pensó que era de Ruca Choroy, el día de mañana podemos tener socios de la comunidad vecina o de cualquier otra persona o de otra institución también y calculamos que los **beneficios pueden ser para todos** los que confien en nuestro trabajo” (Lonko de la Comunidad Aigo).

Esto último no sucede en los campings en estudio. El Camping Quillén es administrado actualmente por las Comunidades Currumil y Lefiman en conjunto con otras instituciones no Mapuches que conforman el comité de organización, mientras que el Camping Trempain está administrado sólo por la comunidad Aigo. En ambos casos, cuando se les planteó en entrevistas a algunos de sus miembros si podrían incorporarse al trabajo en el camping personas ajenas a la comunidad, ya sea provenientes de otras comunidades mapuches o no, en todos los casos las respuestas fueron negativas, argumentando que las comunidades no poseen recursos económicos, el trabajo es escaso y las temporadas son cortas.

Esto puede estar relacionado con la necesidad de “resguardar el territorio” no permitiendo que el mismo sea explotado por personas ajenas a la comunidad donde se asienta el emprendimiento, temiendo ser desplazados nuevamente. En cambio, se infiere que en la cooperativa Wekintwn, no hay negativas en la incorporación de personas de otras comunidades o criollas ya que no hay uso directo del suelo, sólo comercialización de los productos por ellos elaborados.

En cuanto a la **distribución de las utilidades**, en el caso del Camping Quillén, todos los integrantes que se encuentran trabajando allí reciben un ingreso durante el período de cumplimiento de tareas, mientras que los excedentes son reinvertidos en infraestructura para el mejoramiento del mismo a fin de realizar inversiones en nuevos proyectos que involucren la Cuenca del Río Quillén³³.

En el Camping Trempain, las ganancias son repartidas en partes iguales entre todos los integrantes que administran el camping durante la temporada, es decir que, los ingresos obtenidos de quienes, por ejemplo, trabajan ofreciendo el servicio de guía, los que ofrecen las cabalgatas, quienes estén en la proveeduría, etc. van a un fondo común y luego, son repartidos entre todos ellos, es decir que quien no tuvo una buena temporada en su trabajo, de todos modos, va a obtener un ingreso.

³³ La cuenca del Río Quillén se encuentra ubicado en la zona norte del Parque Nacional Lanín, en el Departamento Aluminé. Esta cuenca abarca las jurisdicciones de la APN (Administración de Parques Nacionales) y de la Provincia del Neuquén, existiendo en ambos dominios públicos y privados, como así también territorios mapuches de las comunidades Lefiman y Currumil.

“(…)La plata que juntaban del turismo se la repartían entre todos, era **todo comunitario**, para que todo sea parejo, de esa forma creo que es un camping diferente al resto de camping que están explotándose, porque por ejemplo, hacia una guiada y esa plata iba al fondo común, aunque no haya sacado turista todo le tocaba por igual, de esa forma se empezó a trabajar para que nadie se ponga mal porque le fue mal una temporada asique de esa forma se valorizaba el camping y nunca se quedaba sin gente” (Werken de la Comunidad Aigo).

Pero como todo emprendimiento mercantil, estas iniciativas han sido puestas en marcha también con el objeto de obtener un rédito económico que favorezca, principalmente, a los miembros más jóvenes de las comunidades que se encuentran estudiando, para lo cual necesitan un ingreso monetario con el fin de solventar sus estudios o gran parte de éstos durante el año.

Al respecto vale recordar lo expresado por Caillé referente al objeto de los emprendimientos solidarios: “Solidaridad no es antónimo de prosperidad material e incluso de rentabilidad. Es también uno de los medios. Y recíprocamente. La solidaridad no es concebida así como ausencia de toda motivación material por parte de los militantes del evento asociado -en “su conducta desinteresada”- sino, más modestamente, en la capacidad por subordinar el interés individual a un interés compartido (o “mutuo”)” (Alain Caillé, en Coraggio, 2009).

Por todo lo visto hasta aquí, se interpreta cómo los tipos de emprendimientos llevados a cabo por estas comunidades, han sido dirigidos y creados teniendo en cuenta las necesidades de un grupo humano con características específicas. Es decir, que las personas que trabajan en los campings, principalmente, son personas jóvenes que durante el año se encuentran estudiando. Por esta razón, la mayoría de ellos durante la temporada estival trabajan en el mismo. En cambio, las personas que trabajan en un tipo de emprendimiento como es el caso de la cooperativa, son personas que se encuentran sin trabajo, por lo cual necesitan estar ocupados con continuidad y tener una fuente de ingresos estable durante todo el año.

“Sería **un lugar** donde pueden encontrarse y también **para poder buscar recursos para que los mismos jóvenes puedan salir a terminar sus estudios**, porque a veces por falta de recursos económicos los chicos no pueden terminar su escuela y no pueden salir porque todas la gente no cuenta con el mismo recurso y eso ayuda un montón. (Inai Lonko de la Confederación Mapuche y de la Comunidad Puel).

Por todo lo expuesto y tomando las definiciones dadas por Max Neef sobre satisfactores, se puede decir que en estos emprendimientos se ha utilizado un satisfactor de tipo “sinérgico”, ya que no sólo están satisfaciendo una necesidad como es crear una fuente de ingresos, si no que a su vez están satisfaciendo otras necesidades como es el rescate y la valorización de la cultura, la autogestión, la protección y conservación de los recursos naturales, el resguardo del territorio, y el aumento del autoestima, entre otros.

Como se ha visto también en el marco teórico de la presente, (Max Neef, 1986) una necesidad es la “sensación de falta de algo”. Sin embargo las necesidades se pueden transformar en potencialidades y, más aún, en recursos, en la medida en que esta necesidad comprometa, motive y movilice a las personas.

De este modo se puede ver que, la necesidad de resolver la situación de falta de trabajo ha movilizó a los integrantes de la comunidad a dar un uso diferente, un uso nuevo a una forma de trabajo ancestral como es el trabajo cooperativo y solidario en procura del cuidado de la naturaleza y sus recursos, de manera que se beneficien, por este medio y modalidad, los asociados y la comunidad.

Por lo antes dicho y recordando que un **emprendedor**, como se definiera en otro tramo de la presente, “es aquella persona capaz de crear algo nuevo o darle un uso diferente a algo ya existente, generando de esta manera un cambio en su vida y en la vida de la comunidad en la que habita”, se ha inferido de las entrevistas realizadas, que el concepto de emprendedor aquí adoptado, es claramente aplicable a este grupo de personas que han conformado las unidades económicas en estudio.

Es importante remarcar que, de la **actitud emprendedora** o el **espíritu emprendedor** depende en gran parte el éxito del emprendimiento. Es por ello que se considera importante el fomento y desarrollo de estos comportamientos, y de las capacidades de las personas con ese fin.

Dicho espíritu fue expresado por un miembro del Camping Quillén:

“Arrancamos con una casilla de guardaparques y siempre tuvimos apoyo de los guardaparques bueno porque está en jurisdicción de PN, pero sí costo levantarse como todo pero yo pienso que no fue ningún impedimento (...)” (Miembro del Camping Quillén).

Uno de los factores que ayudan al fomento de dicho comportamiento es la “**trayectoria y las experiencias**” que ellos tengan y que pueda ser aplicado a los emprendimientos y/o transmitidos a aquellos que no lo tengan.

En cuanto a la cuestión de la trayectoria se ha visto que en el Camping Quillén y en el Trempain, la mayoría de las personas que lo integran no habían trabajado anteriormente en un emprendimiento de este tipo, por lo que cuestiones que hacen a la actividad del turismo, la administración y su organización han tenido que aprenderse, para lo cual debieron capacitarse, adaptarse y modificar rutinas.

“En el turismo teníamos poca experiencia pero no era nada nuevo, nada del otro mundo, nada que no se pudiera solucionar rápido. Lo que pasa que tenemos que perder un poco la vergüenza y mostrarnos como somos, como personas, como “ché” asique no costó mucho. Tuvimos algunas capacitaciones mínimas pero más o menos como dirigimos al turista, la paciencia que tenemos que tener, la amabilidad todo (...)” (Coordinadoras del camping Quillén, miembro de la Comunidad Currumil).

“Abajo en la comunidad, la mayoría de los trabajos que se hacen son trabajos comunitarios, la gente se junta y laburan casi siempre por una sola cosa o para todos asique en cuanto al trabajo comunitario había mucha experiencia, lo que no había era mucha experiencia en trabajo con otras instituciones en cuanto a relación institucional, a trabajo con el turismo también había muy poco conocimiento, muy poca experiencia. El trabajo comunitario es una práctica una costumbre en casi todas las comunidades” (Werken de la zonal Pehuenche).

Cabe hacer una distinción importante en cuanto al fomento de las actitudes emprendedoras entre el Camping Quillén y el Camping Trempain.

El primero se ha conformado con el apoyo de otras instituciones y organizaciones³⁴ que en los primeros seis años de funcionamiento del camping llevaban la administración del mismo; todas las decisiones, problemas y demás cuestiones que pudieran surgir en el transcurso de la temporada de trabajo se debaten en un Comité de Gestión. En estas circunstancias, se infiere que esto ha ayudado a dichas comunidades a tener un proceso de aprendizaje, constituyendo una “comunidad de aprendizaje” de modo mucho más rápido que sin el apoyo de estas instituciones,

³⁴ Las instituciones y organizaciones que conforma el Comité de Gestión, son: A.C.A.D.A. (Asociación Civil de Ayuda al Discapacitado de Aluminé); A.P.N. (Administración de Parques Nacionales) a través de la Unidad de gestión Descentralizada Aluminé del Parque Nacional Lanín; C.M.N (Confederación Mapuche Neuquina); Comunidades Mapuches del área: Lof Currumil y Lof Lefiman; Hospital de Área Aluminé; Municipalidad de Aluminé; C.P.E.M. N° 14 (Centro Provincial de Educación Media con orientación turística en hotelería. Gastronomía y turismo); C.E.F N° 14 (Centro de Educación Física).

al estar trabajando y pudiendo adaptarse al funcionamiento de éste. Así, en esta última temporada que han tenido que administrar el camping ellos mismos, han sabido cómo hacerlo, obteniendo buenos resultados.

“Este año me toco la administración, trabaje todos los años anteriores como los demás asique lo venía estudiando cómo debía ser el manejo del coordinador y hoy por hoy que me toco estar a mí, creería que hice un buen laburo porque salió todo bien” (Coordinadora del Camping Quillén).

Situación contrapuesta es la vivida en el camping Trempain, que no tiene instituciones de apoyo, sólo el acompañamiento de la Comisión Directiva y de Co-manejo, por lo que el “prueba y error” y el aprendizaje haciendo ha sido clave en su proceso de aprendizaje en la administración y gestión de este emprendimiento. Si bien llevan aproximadamente la misma cantidad de años en el trabajo del camping, reciben también capacitaciones y realizan talleres de intercambio al finalizar la temporada con otras comunidades que se dedican a este tipo de emprendimiento, no funciona de la misma manera que el que se encuentra en Quillén.

“En proyectos así nunca, la comunidad no estaba acostumbrada de hecho con el turismo fue algo muy nuevo, todavía es nuevo para la comunidad (...)” (Coordinador del Camping Trempain).

Al respecto, Kantis establece como unos de los factores para el desarrollo del emprendedor a la **cultura y al sistema educativo** donde, la cultura es el conjunto de normas y valores de una sociedad -las cuales han sido vistas a lo largo de este capítulo-, mientras que, la familia, el sistema educativo, las empresas en las que han trabajado anteriormente y los medios de comunicación definen contextos especialmente influyentes sobre la cultura e inciden en la formación de la motivación para emprender (Kantis, 2004).

Por su parte, algunos de los integrantes de la cooperativa Wekintwn cuentan con la experiencia de haber formado una cooperativa de trabajo y consumo previa a ésta, por lo que el recuerdo de los beneficios que trajo para la comunidad quedó grabado en ellos, logrando dar respuesta a las necesidades surgidas en ella a través de la creación de una nueva cooperativa. Otros miembros de la comunidad tenían experiencias en trabajos asociativos para la venta de sus productos artesanales en ferias. Vale decir que hay una trayectoria, un sendero de aprendizaje que marca una tendencia.

Se ha visto también, más desarrollado en el capítulo anterior, que a causa de la falta de capacitaciones muchos de los asociados a la cooperativa Wekintwn, se encuentran desmotivados y desorientados en cuanto al porvenir de la organización, pudiendo esta situación provocar en ellos, si se prolonga en el tiempo, un sentimiento de baja autoestima en sus capacidades emprendedoras, induciendo al abandono de dicho emprendimiento. Sólo la perseverancia, el estímulo y las motivaciones pueden llevarlos a continuar con la cooperativa.

“Se hizo una asamblea se llamo a las personas, incluso hoy estamos con mucha gente que quiere ingresar, pero al no saber los papeleríos que hay que hacer estamos medios parados. Y otra que no tenemos gente dentro de la comunidad que trabaje los papeleríos, los balances eso también es un tema, si bien los chicos están estudiando no están acá, eso no se cómo nos vamos a arreglar” (Presidente de la Cooperativa Wekintwn).

Pero todos ellos, integrantes de las comunidades Aigo, Currumil y Lefiman, tienen internalizado el trabajo asociativo, cooperativo y solidario, ya que como se ha visto en párrafos anteriores este modo de hacer y producir es una práctica ancestral, aunque haya comenzado a perderse por influencia de otras culturas ajenas a ellos. De todos modos, esta labor no les ha sido difícil llevarla a la práctica.

“(…) Principalmente se capacitó a los jóvenes, por parte de capacitaciones de técnicos y también encuentros que se hicieron en la comunidad donde se convocaron a varios mayores del lugar de la comunidad, también donde se le dio la capacitación de la parte cultural, de cómo deberíamos cuidar ahí el lago, las plantas (…)” (Werken de la Comunidad Aigo).

“Capacitaciones desde que nos hicimos parte de la coordinación del camping, porque antes de eso estaba esta chica que se mandaba a concurso la coordinación, se hacía capacitaciones pero de turismo, simplemente de turismo, como atender al turismo (…). Pero desde que empezó la coordinación de las comunidades porque es como que se compensa la capacitación turística con la capacitación filosófica a través de un lonko filosófico, de una pillan kuse, es decir una persona mayor que diga por ejemplo lo que significa la tierra, el agua, o cuando te vas a tirar al lago, no es ir y tirarte (…) porque pasan muchas cosas” (Integrante de la Comisión Directiva de la Comunidad Currumil).

Por todo lo expuesto, se cree importante, que en las comunidades de pueblos originarios en las que sus miembros mantienen una línea de trabajo tradicional y en las que la influencia de las economías externas es escasa, es de vital importancia el fomento del espíritu emprendedor, promoviendo capacitaciones e incentivos sobre trabajos que puedan realizarse, sin dejar de lado sus valores culturales ni su cosmovisión.

Es importante recalcar que en la comunidad cualquier idea, problema, inquietud, etc. que surjan es comunicado a la Comisión Directiva de la misma y ésta lo analiza en conjunto con personal de Parques Nacionales. Una vez llegado a un consenso lo comunican al portador de dicha inquietud.

Se ha podido realizar una observación participante en el momento en que se trataba el caso de dos proyectos realizados por integrantes de la comunidad Aigo. Por un lado, se presentó un proyecto para la construcción de Complejos habitacionales -“Dormis”- dentro de la comunidad, y por otro lado, se propuso la creación de una despensa, en tierras de propiedad de uno de los integrantes.

En el primer caso, el proyecto fue presentado por un joven de la comunidad quien argumentó la importancia y necesidad de este tipo de emprendimientos, incentivando el pernocte de turistas que no deseen hacer uso de campings. Esta persona comentó que siempre se dedicó a la cría de animales, y deseaba complementar su actividad con un emprendimiento turístico de este tipo, agregó además que estaba esperando el permiso de la Comisión Directiva para empezar a construirlo.

En el segundo caso, se planteó la creación de una despensa dirigida principalmente a la comunidad y a los turistas-recreacionistas que se dirigen hacia el lago Ruca Choroy.

En ambos casos se plantearon las siguientes cuestiones: ¿Quiénes son los beneficiarios de dichos emprendimientos? y ¿son compatibles, complementarios, o competencia de los ya existentes? Las respuestas han sido: si los beneficios arrojados por dicho emprendimiento, favorecen a una sola persona o a una sola familia, entonces no se llevará a cabo, deberán replantearse para favorecer a más integrantes de la comunidad. Por otro lado, no deberá superponerse a los emprendimientos ya existentes, por ejemplo, en el primer caso, no deberá perjudicar con su competencia al camping ubicado a orillas del lago Ruca Choroy, denominado Trempain.

Esto deja en claro que “todo proyecto que algún integrante de la comunidad quiera emprender” deberá tener beneficios para más de una familia dentro de la comunidad. Si el proyecto es exclusivamente para beneficio de una persona o familia, éste no será aprobado y no podrá llevarse a cabo, a menos que se modifique e involucre a más beneficiarios. Además, dichos proyectos deberán tener presentes los valores culturales de la comunidad, su forma de concebir la naturaleza, respetando los “planes de vida”, es decir su “Az Mapu”.

En resumen de lo analizado en este capítulo, se ha podido ver que existen numerosos factores que han tenido influencia en la emergencia de los emprendimientos en cuestión.

La mayoría de estos factores tienen origen en el contexto social -desarrollados en el capítulo anterior-, guardando una estrecha relación con estos, ya que han influido sobre las personas en sus aspectos personales despertando en ellas, estos “factores” internos del propio ser, incentivándolos y motivándolos para dar respuesta a las problemáticas que los afectaban.

Los factores vistos en el presente capítulo, tienen la característica de ser innatos de las personas, o ser incorporados y/o aprehendidos a lo largo de su historia personal y comunitaria. A su vez, se reconocen dos grandes grupos de factores, por un lado, aquellos que han ejercido influencia directa sobre las personas, y aquellos que han ejercido influencia de un modo indirecto. Dentro de los primeros, se encuentran aquellos de características innatas o que han sido aprendidos y que influyen en las decisiones que toman en forma individual, tal es el caso de los valores culturales, el espíritu emprendedor, la trayectoria y conocimientos adquiridos, entre otros. Mientras que los que se encuentran dentro del grupo de los factores indirectos son aquellos que “a causa de” generan motivaciones para la creación de determinada acción, dentro de estos se pueden nombrar a los aspectos subjetivos, como la autoestima, autovaloración, capital social, entre otros.

Por último, vale remarcar la gran importancia de los valores culturales en el que se basan estas comunidades, ya que de ellos se basan todas las acciones que lleven a cabo, influyendo en el modo en que se van a crear los emprendimientos, los principios y valores, misiones y objetivos que deberán tener y respetar los proyectos a ser creados dentro de territorio comunitario mapuche.

CAPÍTULO III: EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS

Como se ha podido ver en el capítulo anterior, el objetivo asociativo de los emprendimientos en estudio ha sido básicamente mejorar la calidad de vida de la comunidad.

En este capítulo, se puede reconocer que existen determinados factores -positivos y negativos- que inciden tanto en el desarrollo y en el mantenimiento de los emprendimientos en el mercado, como en el logro de los objetivos para los cuales se han asociado.

Partiendo de que todo emprendimiento necesita de **recursos económicos y financieros** para su desarrollo (Razeto, 1999). Se ha conocido que los emprendimientos objeto de estudio, han recibido financiamiento de agentes externos lo que facilitaron, en el caso de los campings la creación de fogones, baños y proveeduría. En el caso de la cooperativa han recibido subsidios de elementos de cocina y máquinas de coser principalmente.

En cuanto a los campings, si bien la infraestructura con que contaban cuando comenzaron ha sido básica y precaria, actualmente han podido mejorar la infraestructura, construir baños hechos en materiales fijos, con instalación de agua caliente, mejoramiento de los fogones y proveeduría.

Se puede decir que los campings son autónomos económicamente, es decir que las re inversiones que se llevan a cabo en los mismos para la mejora y el incremento de instalaciones e infraestructura se concretan dando uso a los excedentes de que disponen una vez concluida la temporada.

“El mismo camping te va dando todo, si te fue bien en la temporada tenés apoyo para arrancar con lo que empezaste al año siguiente, al otro año conseguiste más cosas y así te vas armando, **lo único que te cuesta es arrancar pero una vez que arrancaste te vas para arriba porque si llevas una buena administración no necesitas más apoyo que manejar bien el camping** no es otra cosa, **el apoyo económico es para entrar** después chau te fuiste” (Miembro del Camping Quillén).

“Hemos pensado en como poder también **avanzar en lo que es el resto de la cuenca, para eso** se pensó, se apostó y **se saco plata de recaudación del camping de esta temporada** para hacer unos baños que son secos por una forma económica aparte los sacas en invierno los puedes trasladar y llevarlos a un galpón” (Miembro del Camping Quillén).

“Estamos pensando en invertir y mejorar el camping desde el camping mismo que se pueda autofinanciar” (Miembro de la comisión directiva de la Comunidad Currumil).

“(…) Empezamos cobrando con un bono contribución, un aporte solidario no era exigente porque no teníamos letrina, los fogones estaban armado medio a lo campechano, no estaba bien armado hasta lograr para pasar a un camping más o menos organizado hubo que armar los fogoneros, la proveeduría, los sanitarios, pero costo. Hasta 2 temporadas atrás seguíamos con la dificultad que no había mucha gente que le interesaba, más allá que se veía que se podía trabajar y tener una ganancia. (...). Ahora no, se hace todo con el esfuerzo de la organización. (...)Se está haciendo una página no sé si estará terminada, para difundir, promoción en radio, folletería también” (Coordinador Camping Trempain).

Imagen N° 11: “Infraestructura del Camping Quillén”.

Área de acampe: fogones y mesas



Sanitarios



Recepción y proveeduría.



Fuente: Elaboración propia. Abril de 2010

Imagen N° 12: “Infraestructura Camping Trempain”.

Área de acampe y fogones



Sanitarios



Recepción y Proveeduría.



Fuente. Elaboración propia. Febrero de 2010

Por otro lado, es dable destacar que la cooperativa Wekintwn se encuentra en la etapa de iniciación, pero que, a diferencia de los otros emprendimientos estudiados, aún se encuentran esperando más aportes de organismos gubernamentales y capacitaciones sin lo cual argumentan no poder comenzar. Al respecto se puede ver un fuerte apego a una postura de asistencialismo difícil de erradicar de sus costumbres, la cual se ha gestado desde hace varios años en la comunidad.

En síntesis, respecto a este factor -recursos materiales-, estos emprendimientos en cuestión han comenzado con una infraestructura y equipamiento precario, pero han evolucionado haciendo re inversiones de las utilidades obtenidas en las temporadas. Por su parte, la cooperativa espera obtener todos los recursos materiales para comenzar a operar.

Vale destacar, que esta situación no sucede en todos los grupos, ya que el grupo de gastronomía ha recibido algunas capacitaciones y algunos elementos de cocina y ya han empezado a trabajar, en ferias y demás, postura que se pudo observar en un diálogo entre personas de ambos grupos, la cual ha sido diferente, por un lado quienes ya han empezado con los recursos disponibles, y por otro lado, quienes siguen esperando tener todo el equipamiento para comenzar.

Es importante mencionar que el recurso principal con el que cuentan los emprendimientos de la Economía Solidaria Social y de las comunidades mapuches, es su conocimiento del lugar, sus valores respecto a aspirar a un desarrollo sustentable, y su capacidad de trabajo dentro de ese paradigma, siempre en un marco cooperativo y solidario en el que colaboran una diversidad de integrantes de la comunidad, se encuentren o no directamente involucrados en el emprendimiento. Estos son concebidos y tomados como “trabajos comunitarios”, siendo ello parte de sus valores culturales, tal como se ha podido ver en el capítulo anterior.

Imagen N° 13: “Paraje Ruca Choroy. Instalaciones utilizadas por la cooperativa Wekintwn”.

Salón comunitario



Venta de artesanías



Taller de costuras



Fuente: Elaboración propia. Noviembre y Marzo de 2010.

Otro aspecto identificado que favorece el desarrollo y continuidad de un emprendimiento es la existencia de un **líder**. Se cree que la presencia de una persona como un líder que tenga en claro los objetivos para los cuales se han asociado y la misión empresarial, puede conducir a un grupo emprendedor del tipo que sea a un desarrollo exitoso.

Así, los emprendimientos son vistos como heterogéneos. Por un lado, el camping Quillén tiene actualmente un coordinador de la Comunidad Currumil y otro de la Comunidad Lefiman. Ellos pueden ser enmarcados dentro del rol de líderes ya que se ha visto que tienen en claro el motivo para el cual se han conformado, siendo capaces de conducir adecuadamente el grupo de trabajo. En el caso de que algún integrante del camping no cumpla compromisos asumidos o genere algún inconveniente al trabajo de sus compañeros, se aplica lo que ellos llaman el “non-felial” (reglamento de códigos interno de la comunidad). Además, se consulta con la Comisión Directiva de la comunidad y con el Comité de Gestión. Como ya ha sido explicado en capítulos precedentes, el camping en sus inicios era coordinado por personas capacitadas para esta labor, es decir que el líder era impuesto; ahora ha surgido del mismo grupo y son aceptados por ellos.

Por otro lado, en el camping Trepain se ha visto que la coordinación es llevada a cabo, desde el comienzo, por integrantes de la comunidad, que no en todos los casos han estado capacitados para su coordinación, mencionando los entrevistados, el caso de abandono del puesto antes de finalizada la temporada estival. En esto se ve claramente la falta de trayectoria y de conocimientos previos en emprendimientos turísticos de los miembros y la capacidad de resolución de problemas organizacionales.

“Generalmente yo traté de ayudar en lo que sea, de hecho he hecho una propuesta al lonko de cual eran los puntos, cuando yo entregue la coordinación entregamos una carpeta de evaluación de cuánta plata más o menos dejamos en esa temporada, cuánto los compañeros cobraron durante esos meses, una evaluación bastante completa, cuando yo le fui buscando la vuelta fui sumando cosas que eran necesario como el seguro de riesgo, varias cosas importantes, trabajar con el tema de los residuos, como hacer para que eso no quede ahí, es un trabajo permanente, asique no es fácil, por eso el tema de trabajar ahí hay que hacer un trabajo estratégico muy claro, muy serio para que no se generen impactos” (Coordinador del Camping Trepain).

En este caso, se puede identificar al primer coordinador, quien ha sido indirectamente nominado por la propia comunidad como líder. Es una persona entusiasta y motivada para los trabajos a realizar en el camping y demás proyectos turísticos dentro de la comunidad.

Por último, en la cooperativa este rol es asumido por el presidente de la misma. Éste, posee trayectoria y conocimientos adquiridos por el trabajo en emprendimientos de este tipo y tiene en claro los objetivos de creación. Pero, se ha podido observar que no todos los asociados poseen los objetivos claros y algunos de ellos, desconocen el alcance de los mismos.

En este caso, se ha visto una actitud de líder de tipo *Laissez Faire*, es decir es identificado como líder del grupo cooperativo, pero es un líder que en muchas ocasiones se encuentra ausente para motivar y guiar al grupo, dejando en total libertad la toma de decisiones respecto a los labores de los grupos cooperativos.

Por lo dicho en párrafos anteriores, de los tres emprendimientos analizados, puede verse cómo en estos casos, para el desarrollo de los emprendimientos son importantes la trayectoria y los conocimientos previos que tengan e incorporen los miembros para formar un líder, pudiendo, de este modo, llevar adelante un grupo de trabajo en pos de objetivos comunes y de los valores que persigue la organización. Así como también es importante una actitud proactiva del líder del grupo ya que si esto no es así, el grupo tiende al aletargamiento, extendiendo los tiempos para alcanzar el logro exitoso de las metas organizacionales.

Además, es de importancia que éstos sepan ser comunicados y transmitidos por el líder al resto de los integrantes del grupo, como una traducción de conocimientos y principios rectores de la acción, lo que es parte de la reproducción del capital intangible, simbólico, cognitivo y social. (Landriscini, 2000).

Otro factor significativo para poder evaluar la continuidad de un emprendimiento es el **sentido de pertenencia** que tengan los integrantes del mismo. Es importante remarcar nuevamente las diferencias entre los emprendimientos para poder inferir sobre este factor. En los campings al tener en claro la importancia de su creación (no importa el tiempo en que haya demorado en su comprensión) los integrantes de estos se sienten parte del mismo, por lo que se observa un alto sentido de pertenencia, lo cual puede explicarse a partir de la relación que tienen los integrantes de las comunidades mapuches con el territorio.

En el caso del Camping Quillén, si bien fue creado por agentes externos a las comunidades, en las entrevistas se ha percibido, un fuerte sentimiento de pertenencia. El haber incorporado el acto de creación como propio muestra una marcada identidad con el mismo y la importancia que tiene su continuidad para los integrantes del camping y de la propia comunidad.

“La mayoría de las personas que trabajan acá son personas que están convencidas de que esto hay que resguardarlo, todas las personas que trabajan de las comunidades vienen a trabajar por eso porque creen que hay que sostener esto, alguien se tiene que hacer cargo desde las comunidades y no un privado. Entonces tiene que ver con una cuestión de conciencia de responsabilidades, de miradas, incluso hasta de la cosmovisión. El resguardo del territorio es lo primero, después la cuestión económica” (Werken de la zonal Pehuenche)

“Lo que la persona que va ahí, lo primero que tienen que hacer es comprometerse, que el camping lo toman como propio, y con ganas de hacer algo y no estar esperando el turismo no más, si no que son ellos los que empiezan a buscar de distinto trabajito que pueden hacer ahí para mejorar, lo hacen porque ponen toda la gana, compromiso sobre todo y responsable sobre todo porque es su trabajo (...)” (Werken de la Comunidad Aigo).

“(…) Esto que ellos mismos le digan al turismo que no tienen que entrar con motor al agua por ejemplo, no tirar el detergente, todas las cosas, las limpieza, ellos son conscientes que lo están haciendo, están dando una mano a las comunidades, a todos habitantes de las comunidades, y otro que ellos saben que en la comunidades también les llega la necesidad porque saben que agarran un peso que lo necesitan y no se pueden ir lejos a trabajar y ahí no se benefician los chicos que están administrando sino que se benefician las familias que manda su pan, su lechuga y da su elemento, que tiene otro que hacen su tejido, otros que hacen trabajo en madera y todos lo mandan al camping. (Miembro del Camping Trepain).

Por el contrario, lo transmitido por los integrantes de la cooperativa por medio de las entrevistas realizadas a los asociados, expresa dudas en cuanto a la creación y funcionamiento de ésta. Esto puede encontrarse relacionado a la falta de conocimiento o entendimiento de los objetivos para los cuales ha sido creada y los beneficios que traería su desarrollo, no mostrándose, en algunos integrantes, identificados ni comprometidos con la cooperativa.

Por lo tanto, se considera también importante que tener una **visión** clara de los objetivos de la empresa es un factor que favorece el desarrollo y mantenimiento de la misma en el tiempo. Con ese objeto, se ha indagado la visión organizacional y la visión que tienen de la actividad turística para conocer si coinciden ambas visiones o no.

En los campings, se ha podido observar que existe una correspondencia entre las visiones organizacionales y la visión que tienen los integrantes respecto de la actividad turística. Ya que por un lado, tienen en claro el tipo de desarrollo que desean alcanzar como emprendedores, y por otro, saben, por experiencia, que si ellos no lo administran probablemente esos espacios sean dados a concesionarios privados, como sucedía con el Camping Quillén, o que se generen iniciativas privadas de actividades turísticas, como pudo suceder en el Camping Trempain, quedando la comunidad excluida de todo tipo de desarrollo.

De esto se infiere que las comunidades mapuches gestionan dichos emprendimientos turísticos como una forma de preservar el territorio desde lo ambiental y desde lo territorial propiamente dicho.

Al respecto, uno de los coordinadores del Camping Trempain, ha expresado lo siguiente:

“(…) Creo que todos no vamos a pasar por el turismo, sería también un error, porque no se consolida un grupo de trabajo y tampoco se puede consolidar una visión, yo que estuve en el principio lo tome como un aprendizaje como que uno se va auto-capacitando (...). Dar a conocer al turista que nuestra visión es que siempre se mantenga como un proyecto sustentable, nosotros no tenemos la visión de decir vamos a arrasar con todo, hacer un Bariloche, un San Martín de los Andes, **la visión está que sea un manejo muy equilibrado con nuestra naturaleza y que sea sustentable. Entonces ir siempre de la mano con la naturaleza con el medioambiente cuidarlo, eso es lo que tenemos que hacer**, porque uno cuando conversa con el turista, los grandes centros de turismo medio que ya lo esquivan por la contaminación, por muchas cosas, entonces yo creo que el pueblo originario tiene que ser bastante inteligente en esto y tratar de llevar todos los proyectos equilibrados con la naturaleza”. Y agregó: “(…) Abrir el espacio de intercambio con el mismo turista que sea de encuentro, aprovechar esos lugares como un lugar de encuentro de intercambio pero en la práctica, porque la gente busca eso también más que ver solo el paisaje quieren saber también un poco más: de qué vive la organización, cómo vive la comunidad, cuál es la realidad, entonces son cosas que el visitante se tiene que llevar un pantallazo como está viviendo el pueblo originario, y eso también es bueno porque también se ayuda a romper algunos mitos que tiene la sociedad, ayuda mucho a reconocer al otro cuando uno se sienta y conversa con el turista, sabe cuándo termina una conversación sabe que son iguales, se aprende de uno y de otro, y se intercambia cosas de valor y hace que de ahí nazca el respeto y el reconocimiento del otro como es (...).”

Y Agregó:

“(…) Yo creo que el turismo se tiene que implementar acá, en la comunidad, de hecho lo hacemos de a poco, vamos tratando que la visión esta la mayor parte de nuestra comunidad y los grupos lo entiendan y sepamos nosotros mismos el camino que elegir (...).” (Coordinador del Camping Trempain).

En cuanto a la importancia que tiene para ellos la actividad turística y la visión que tienen de la misma, se ha podido conocer, que a pesar de ser rechazada en principio por la mayoría de ellos por considerar que iba en contra de su cosmovisión, luego ha sido aceptada por los beneficios de dicha actividad, en cuanto a cuestiones económicas, culturales y de control sobre el espacio y los recursos naturales que se encuentran en el área. Sabiendo que si se tiene en claro los objetivos de los emprendimientos, la actividad turística no debería afectar su cultura, si no por el contrario, fortalecer, revalorizar, prolongar, entre otras cuestiones, que a lo largo del tiempo se han ido desgastando y/o perdiendo por razones ajenas al turismo, más vinculadas con los efectos de la globalización.

Asimismo, se considera importante, para el desarrollo y continuidad de un emprendimiento, obtener los resultados en función de los objetivos planteados. Así, tal como sucede en los emprendimientos, principalmente aquellos que ya se encuentran en la etapa de desarrollo, tal como sucede con los campings, han comenzado a vislumbrar los beneficios que trae la creación de éstos para la comunidad. En estos campings, se puede ver, por un lado, a raíz de los resultados que obtienen, el interés de los más jóvenes en realizar capacitaciones sobre su cultura, aprender y conocer más sobre su origen; por otro lado, el cuidado y preservación del medio ambiente, y poder transmitir a los turistas, a través de su cultura, la importancia de cuidar la naturaleza, haciendo un uso consciente y responsable de los recursos naturales. En tal sentido, el Presidente de la Cooperativa Wekintwn expresó:

“(…) Nos falta el poder andar, salir, conocer más instituciones, otras experiencias” (Presidente de la Cooperativa Wekintwn).

En consecuencia, a partir de los beneficios positivos que se obtienen, comienzan a crearse fortalezas en los integrantes, tal como el aumento de la autoestima, y la valoración de la cultura -entre otros- desarrollados en el capítulo anterior.

Respecto a los beneficios que la actividad turística ha generado en las comunidades en cuestión, miembros de la comunidad Aigo han expresado lo siguiente:

“A mí me gusta trabajar con el turismo, ojala pudiera estar todo el día con el turismo, yo me siento, charlamos todo lo que sea, es un buen intercambio con la gente, esa es mi forma de trabajar” (Coordinador del Camping Trempain).

“Yo creo que (...) el turismo se tiene que seguir trabajando y que los mismos chicos de las comunidades sigan viendo esta parte de seguir trabajando el turismo como lo están trabajando hoy por hoy (...) principalmente tener el cuidado del medioambiente. Yo creo que lo que se está trabajando acá es un turismo diferente (...)” (Werken de la Comunidad Aigo).

“Ahora los chicos que estuvieron se preocuparon por tener más capacitaciones con la misma gente, con las autoridades de la comunidad para que ellos puedan entender o saber cómo estamos trabajando, por ejemplo cada organización ellos necesitan saber, porque el turista cada vez más le pregunta. Este último tiempo hemos tenido charlas por eso, o la inquietud que ellos necesitan. Por suerte, se ve que el turismo ayuda” (Werken de la Comunidad Aigo).

También miembros del Camping Quillén, han manifestado lo siguiente:

“Lo que te fortalece es poder llegar al camping y que el chico te diga salude al turista (...) en Mapuche y lo atienda y cuando el turista le pregunte algo de la cultura mapuche le pueda expresar de la forma que pueda, y ser buen compañero. El tema de ayudarse unos con otros ahí en el grupo de trabajo, son fortalezas no solo como comunidad, como pueblo Mapuche porque va mucho más allá de como comunidad, el ser solidario y poder pensar en un trabajo más comunitario y olvidarte de que están haciendo un trabajo con fines económico” (Coordinadora del Camping Quillén).

“Lo aceptamos porque no queda otra. Es medio difícil armar una opinión en cuanto al turismo, podemos decir varias cosas. Si fuera por nosotros creo que no trabajaríamos con el turismo, a veces se trabaja con el turismo como en este caso no había otra, alguien se tenía que hacer cargo de eso, y después también por una cuestión económica, pero después si pudiéramos evitar trabajar con el turismo, porque hay turistas y turistas por ejemplo hay parte del turista que no le importa mucho si hace daño o no, cortar flores llevarse plantas, cortar árboles, contaminar, dejar la basura, no le importa casi eso, y hace lo que se le viene en gana por más que le digas que regrese con sus residuos no lo hace, o si se los lleva por la ruta la bolsa va largando olor y la tira por ahí. En cambio hay otros turistas que sí lo hacen o le ponen un poco mas de voluntad. (...). Por eso no hay como una opinión bien formada del turismo, porque por un lado como que no quisiéramos, pero por otro lado hay lugares en los que si tuvimos que aceptar eso e incluso trabajar para que se dé, pero más que nada por la cuestión económica” (Werken de la zonal Pehuenche).

“El turismo siempre se pensó (...) esa fue una larga discusión que tuvimos, porque antes decíamos no al turismo, porque el turismo te contamina, te cambia la ideología que tenés en la cabeza, no solo en la cuestión ambiental contamina, sino en la parte cultural, en el conocimiento, pero justamente tratamos de hacer una experiencia distinta, un turismo distinto, por eso decimos este proyecto es un **turismo con identidad mapuche**, eso es lo que le queremos dar” (Administradora del Camping Quillén).

Por otra parte, se ha podido ver que los integrantes del Camping Quillén al ver los logros en términos de capital simbólico, social y de empoderamiento (capital político) y los resultados obtenidos, se han motivado para continuar con el mismo.

“Pero te pones a pensar como por ahí nos sentamos con los chicos y decimos gracias a nosotros hoy el turista puede entrar, tener un acceso libre para pasar el día para acampar y un camping organizado que lo manejamos nosotros, gracias a nosotros, nosotros abandonamos la cuenca del rio Quillén lo agarra un concesionario, le meten cabañas, le meten todo y si te ponés a pensar si nosotros los jóvenes hoy aflojamos perdimos todo, perdimos todo el laburo que los mayores hicieron”. (Coordinadoras y miembro de la Comunidad Currumil).

“Y bueno justamente con el camping, por ejemplo, lo que nos ha ayudado como Comunidad Currumil es rescatar nuestra cultura, nuestra identidad que la teníamos tan perdida volver a hacer esas ceremonias volver a hacer esas comidas comunitarias, volver a pensar a tener otra mirada, ya pensando como comunidad, no como familia y los beneficios es el rescate de la cultura nuestra” (Miembro de la Comisión Directiva de la Comunidad Currumil y administradora del Camping Quillén)

En cuanto a los integrantes del Camping Trempain, se ha conocido que en su comienzo no eran muchas las personas interesadas en participar en él, quizás debiéndose esto a la falta de apoyo de otras instituciones que lo motiven, y a la falta de conocimiento en cuanto a la actividad turística y sus beneficios y/o conocimientos de experiencias relacionadas a estos. Luego de ver los resultados del camping dichos integrantes han comenzado a involucrarse en el mismo.

“(…) Fue difícil enfrentar algo nuevo que nunca se había experimentado, que es el tratar con el turismo, siempre hay alguno que tiene un poco mas de creatividad con algunas cosas pero bueno no todos, es muy difícil empezar algo (...). Hasta dos temporadas atrás seguíamos con la dificultad que no había mucha gente que le interesaba, más allá que se veía que se podía trabajar y tener una ganancia, pero creo que esto pasa en todos lados. Hay que tener cuidado de algo que costó mucho emprenderlo no se puede venir abajo tan rápido” (Coordinador del Camping Trempain).

“El turista yo creo que cuando viene a una comunidad mapuche, o sea cuando se entera de cómo nos manejamos nosotros los mapuches, como que la mayoría toma conciencia del cuidado y de cómo nosotros cuidamos nuestra tierra, nuestra naturaleza, como nos conectamos con ella, como manejamos todo, hay mucha gente que no le importa, pero a la larga o a la corta, creería yo que somos los únicos que estamos cuidando hoy lo que es tener algo sin contaminar, tener algo cuidado, una planta sin romper, como que estamos, el turista nos enseña a nosotros lo que trae de la ciudad pero nosotros también le enseñamos a cuidar más que nada, le hacemos respirar aire puro, le sacamos el stress que traen encima porque hay mucha gente que se va re contenta, re choca, relajada, no se quieren ir y el turista es bueno, cuando tenés un camping, si no tenés turistas no tenés camping, es así” (Coordinadora del Camping Quillén).

Es decir, estas experiencias comienzan a ser transmitidas hacia otros emprendimientos o personas como una experiencia positiva, visible y con beneficios a corto plazo de los emprendimientos, más allá del rédito económico que pudiesen obtener -importante también para estas comunidades en las que la economía de base no es suficiente para todos sus integrantes-, generando de este modo, un efecto multiplicador en los demás individuos y grupos de la propia comunidad y de otras comunidades.

En síntesis de lo visto a lo largo de este capítulo, el desarrollo y mantenimiento de un emprendimiento en el mercado, viene dado por diferentes factores que ayudan o bloquean este hecho.

En el caso de los camping, que ya se encuentran en funcionamiento desde hace ya más de 6 años, presentan condiciones de continuidad, debido a que se sienten parte del camping, los líderes son personas carismáticas que pueden y saben cómo guiar al resto de los miembros para crecer y solucionar los problemas que se van presentando, por lo tanto tienen muy en claro los objetivos para los cuales se han conformado y la misión que tienen. Por otro lado, en diferentes medidas los campings son autosustentables económicamente, por lo que esto demuestra que llevan una buena administración. La diferencia entre un camping y otro puede deberse, como ya se ha visto, a la trayectoria y los conocimientos adquiridos a lo largo del tiempo que repercuten en el modo de gestionar y administrar un emprendimiento de estas características.

En cambio, en cuanto a la cooperativa, los factores identificados y analizados para el buen desarrollo de un emprendimiento, no son aplicados positivamente en este caso, ya que no se ven representado en todos los integrantes de ésta. Se puede decir que es importante la presencia de un líder más participativo y que sepa transmitir las experiencias, conocimientos, objetivos, misión y movilizar al grupo en pos de esto. A causa de un líder ausente, las personas que no se encuentran totalmente convencidas de los beneficios que traería la cooperativa para sus vidas y del resto de la comunidad, no se sienten parte del grupo, pudiendo de esta manera terminar abandonando el grupo cooperativo. Todos saben cuáles son sus objetivos personales, pero no saben cómo realizarlos, no conociendo bien los beneficios de este tipo de emprendimiento.

Por último, se puede decir, que los tres emprendimientos estudiados, tienen el conocimiento “potencial” sobre trabajo asociativo y solidario, presente en sus modos tradicionales de vida, por lo tanto no es un factor que les impida llevarlo a la práctica. La confianza, la solidaridad, la ayuda al prójimo sin esperar nada a cambio son valores ancestrales se encuentran presentes en estas comunidades.

CAPÍTULO IV: ESTÍMULOS Y FRENOS DEL SISTEMA.

Este capítulo dará respuesta al cuarto y último objetivo específico de la presente tesina de grado.

A partir del análisis de las acciones u omisiones de las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que afectan en el desarrollo de dichos emprendimientos, se ha podido identificar determinados factores que han favorecido y dificultado su desenvolvimiento.

El apoyo a estos tipo de emprendimientos como se ha visto es de fundamental importancia para sus comienzos y primeros años de vida para poder mantenerse en el mercado y evitar de este modo -entre otras acciones- que opten por trabajar en la informalidad. No obstante, si bien -como se ha dicho- es importante, no se ha podido inferir la relevancia e importancia para estos emprendimientos ya que no son acciones que generen importantes retrocesos y/ retrasos en su crecimiento.

Una de las problemáticas identificadas que dificultan el desarrollo de los emprendimientos es la falta de **continuidad en las Políticas Públicas** de los gobiernos -municipal y provincial-. El incentivo que puedan proporcionar éstos, entendido como proceso de incubación, se considera de vital importancia, principalmente para los emprendimientos que se encuentran en los primeros años de funcionamiento, los que tienen una elevada dificultad para conseguir recursos por sus propios medios y para resolver cuestiones que hacen a la institucionalidad.

La promoción y orientación que ha recibido la cooperativa para su puesta en marcha se efectivizó al momento de su creación, pero luego este incentivo se perdió, por lo cual el trabajo realizado por las instituciones de apoyo no ha generado mayor impacto. Esta situación puede encontrarse ligada a la heterogeneidad y falta de continuidad en las políticas gubernamentales -mencionada anteriormente- limitándose sólo a la modalidad y alcance de las medidas de cada gobierno de turno, en particular en los períodos preelectorales, dando cuenta de un carácter errático.

Una de las trabas que identifican los socios de los emprendimientos, es la falta de políticas activas que favorezcan la puesta en marcha y desarrollo de los emprendimientos, principalmente para las comunidades mapuches. Las entrevistas realizadas a los miembros de la cooperativa, han dejado entrever una inclinación al clientelismo político, situación que los mismos no quieren seguir sosteniendo, en tanto afecta su autoestima como pueblo. Este escenario, según los entrevistados, ha generado un abandono por parte del gobierno provincial.

Respecto a esto, se puede traer a mención a Gaiger quien señala que entre los nuevos emprendedores existe “una ruptura del patrón paternalista y clientelista imperante en la asistencia a poblaciones pobres, concomitante con el desarrollo de una actitud ciudadana por parte de las personas involucradas en aquellas experiencias, visibles en la valorización del libre arbitrio, en una conciencia de los derechos civiles y en una participación activa en la sociedad” (Gaiger, 1999:190).

Esto se ve reflejado en las declaraciones de los miembros de la cooperativa Wekintwn, donde se advierte una actitud que rechaza las prácticas clientelares como modo de vínculo con el Estado:

“En principio sí, pero después parece que no les gustó, porque **no le dejamos sacar fotos ni filmar** -refiriéndose a miembros del gobierno provincial-. Me parece que se enojaron, en realidad le dijimos que no hicieran propaganda con nosotros, así que bueno parece no les gustó (...) Más que nada en papelerío, tomaron compromiso y nunca más volvieron. ¿En qué se comprometieron? En mandar gente para capacitar, en capacitar a los jóvenes en el papelerío, gente que pueda venir a capacitar en costura, y eso quedó pendiente (...) Vino el Ministro, ahí nos querían filmar, sacar fotos, cuando vinieron a entregar el papel de la cooperativa y nosotros dijimos que no. Porque ya nos había pasado, ya nos habían filmado la semana anterior y habían hecho política con eso en canal 7, entonces dijimos no, hasta aquí llego, y ahí los perdimos (...). Entregaron 2 máquinas de coser, y algunas ollas, elementos de cocina algo nos donaron, de provincia (...)” (Presidente de la Cooperativa Wekintwn).

“Yo creo que la sociedad por ahí esta tiene desconocimiento del proyecto de cooperativa porque en Aluminé hay más aislamiento y sobre todo ahí los medios de comunicación entrevistan más a los empresarios, a los estancieros que expresan que estamos abusando del derecho, que estamos tomando tierras que no nos pertenecen, que estamos fomentando la violencia, entonces todo eso hace que cualquier emprendimiento innovador, como este de las cooperativa quede en 4° puesto de interés porque se nos está acusando de violencia y todo”. Y agregó: “Limita el desarrollo, yo creo que esto de la mala prensa que hemos tenido en estos momentos, hace que cualquier emprendimiento que hagamos aparecemos como los forajidos, esto de que predispones mal a la gente” (Werken de la Confederación Mapuche Neuquina).

Dentro de esto se puede mencionar, también como otra problemática identificada, la escasez de **recursos económicos y financieros** provinciales destinados al apoyo de estos emprendimientos.

“Tuvimos apoyo en su momento con la gente de cooperativa de Neuquén, y bueno, después perdimos contacto y hasta ahora en realidad, porque también los problemas se sienten en diferentes ámbitos, y las problemáticas sociales que está viviendo la provincia, el país. Por otro lado, la problemática política si se quiere decir en todo sentido ¿no? en la zona de Aluminé, las comunidades mapuches de Aluminé están siendo castigadas por el gobierno. No están dando respuesta, no atienden, no nos dan audiencia, comunicación cero con el gobierno de la provincia. Entonces ahí se va el acompañamiento que teníamos de Neuquén. Ahora perdimos contactos con ellos, para pedirles capacitación” (Presidente de la Cooperativa Wekintwn).

Por otro lado, se observa una limitación en el accionar por parte del gobierno municipal sobre las comunidades que no se encuentran dentro del ejido urbano, lo cual desata disputas entre ambos sectores. Esta situación genera un quiebre en la comunicación y un sentimiento de competencia entre los ciudadanos de Aluminé y las comunidades, perjudicando a estas últimas.

“Nosotros colaboramos tangencialmente, como tenemos un problema de competencia, es decir, nuestras políticas están orientadas a aquellos que viven en el ejido urbano, todo lo otro lo atiende la provincia. No obstante, hemos trabajado y estamos trabajando en iniciativas compartidas, como por ejemplo la posibilidad de crear un parque de nieve en el futuro con la comunidad de Epu Pehuen y la de Poi Pucón, que esa sí está dentro del ejido municipal y algunas otras actividades que tiene que ver con capacitación, fundamentalmente. El vínculo es incipiente digamos, el vínculo no es muy fuerte todavía, es un vínculo, que estamos construyendo. Y Agregó: En el medio hay conflictos políticos que tienen que ver con lo territorial, muchas de estas comunidades reivindican territorios que en este momento están ocupados por el Estado provincial, o por privados. Eso ha hecho que ha habido tomas, usurpaciones, conflictos severos y hacen que la relación se tense, pero digamos el desarrollo y el crecimiento son dos conceptos que están fuertemente vinculados a la estabilidad política, si no hay estabilidad política no hay desarrollo y no hay crecimiento, sobre todo en estas comunidades que no es lo mismo que el primer mundo, puede haber un conflicto político pero la economía va por otro lado y todo lo concentra el Estado, por lo tanto cuando hay litigio se complica” (Intendente de Aluminé).

Dentro de la **Dinámica Social** en que se encuentran inmersos los emprendimientos en cuestión, se pueden señalar los conflictos suscitados por la tenencia de las tierras, lo que genera una visión negativa sobre las comunidades por parte de la sociedad, y no favorece a su desarrollo.

Por otro lado, y continuando con la cuestión territorial, los miembros de los campings han manifestado el temor a la incertidumbre por el avance de sectores económicos privados sobre las tierras con lógica mercantil y no de sustentabilidad ambiental y cultural. Esto ha sido identificado como una amenaza potencial externa a la continuidad de los emprendimientos.

En relación a esto, el Plan de Desarrollo Estratégico de la ciudad de Aluminé, manifiesta que “el reclamo de los derechos de la tierra por pobladores originarios (pueblo Mapuche) genera un escenario complejo que se traduce actualmente en un mercado informal de tierras, que limita muchas veces el rol del propio Estado; también condiciona la gestión municipal sobre el territorio en áreas periurbanas y de la provincia en extensiones de suelo rural, que amerita, como mínimo, una gestión concertada entre los diversos niveles de gobierno” (Plan de desarrollo Estratégico de la ciudad de Aluminé, 2009).

Esta “gestión conjunta entre los diversos niveles del gobierno” no existe, según declaraciones brindadas en relevamiento de campo.

Como se ha visto, en declaraciones del Intendente del Municipio de Aluminé, estas comunidades no se encuentran dentro de su jurisdicción por lo cual no existe participación oficial sobre las actividades y acciones que las comunidades pudieran realizar, lo que le corresponde al nivel provincial.

Esto se puede ver en las declaraciones siguientes realizadas por los entrevistados de diferentes áreas de acción:

“En el año 2008 y 2007 salimos bastante al interior, entonces fuimos marcando, fuimos haciendo presencia a través de los municipios, generalmente en los municipios o las sociedades de fomento, entonces nos acercábamos y ellos te daban el espacio y ahí convocábamos, llevábamos la apoyatura de todas las organizaciones de la localidad. Entonces, de esa manera, sí se podía trabajar bien, este año no hubo mucha posibilidad de movernos” (Personal de control y fiscalización de la Dirección Provincial de Cooperativa y Mutuales).

“La cooperativa es un elemento muy interesante porque factura; la cooperativa entonces es otra cosa, pueden meterse en otro lugar, pueden facturar como cooperativa. Esto es una herramienta muy interesante, lo que pasa que es muy difícil de sostenerla, muy difícil... pero bueno, tampoco imposible por el sostén, porque de pronto te encontrás que de esta cantidad de personas, después cuando vas hay un 10%”. ¿A qué se debe tal disminución? “Porque no hay trabajo en grupo. O a lo mejor existe todo un trabajo previo que es lo que uno trata de hacer, pero un **trabajo previo que no tiene seguimiento en el tiempo se cae, y nosotros te digo desde principio de año, porque a partir de abril no nos movimos más, vamos pagamos y volvemos, eso no es hacer nada**”. Y agregó: El año pasado en las IV Jornadas de Economía Social que hicimos en la Universidad del Comahue con el CEIAC un grupo de personas las trajimos aquí a Neuquén, fue toda una movida, pero realmente fue interesantísimo, porque pudieron estar en las jornadas conectarse con otros, pero después de eso chau” (Personal de control y fiscalización de la Dirección Provincial de Cooperativas y Mutuales).

“**El Municipio** es parte del Comité de gestión, pero su **participación es bastante pobre**. En ocasiones colaboran con cosas como mandar el camión atmosférico para desagotar los pozos ciegos, o algo por el estilo. Más que eso, no. **Dependiendo de quién esté a cargo y del clima político**, tenemos una participación más continua y más rica por parte del municipio, **es bastante fluctuante, por discontinuidad y por falta de recursos humanos y económicos también**” (Personal de Parques Nacionales).

“Provincia cuando dijimos que nos íbamos a hacer cargo del camping, tenían una bronca porque siempre potenciaron a los privados, las comunidades para la provincia siempre son el último orejón del tarro, nunca le van a poner plata, no conozco alguna comunidad que la provincia le haya puesto plata para la creación de algún proyecto, siempre lo que hace le da máquinas de coser, la plata que te pone es mínima, hasta \$5000, es lo que ha puesto en algunas comunidades, pero más que eso nunca puso más plata para proyectos productivos, de desarrollo nunca, al contrario si te pueden instalar una mina o una petrolera cosas como esas en el territorio lo hacen, a pesar que le hemos presentado proyectos a distintas autoridades de la provincia” (Werken de la Zonal Pehuenche).

“(…) La **provincia es la que más nos pone trabas para que nosotros avancemos** y como nos ven crecer (…) desde que comenzamos el camping el municipio está dentro del proyecto, y creo que este año fue el único año que hizo presencia con el camión municipal para retirar la basura, **figura nada más**” (Coordinadora del Camping Quillén).

“(…) Si bien a nivel local si, por esto de piñones, alfajores, empezar a conectar con el municipio para poder vender, te exigen un montón de cosas que para vender vos tenés que tener ciertos requisitos y en eso sí, con la municipalidad, ir conectándonos un poco” (Presidente de la Cooperativa Wekintwn).

Cuando el Estado Nacional no se compromete en un proyecto de desarrollo inclusivo de las grandes mayorías, “son los ciudadanos los que tienen la responsabilidad de movilizarse, presionar y participar en la construcción conjunta con el Estado de dicho proyecto”. En esta situación, la democracia representativa es superada por formas de democracia directa en el ámbito local donde la ciudadanía -en sus barrios, pueblos, ciudades- aprende nuevas prácticas sociales, nuevas maneras de “empoderamiento” para reemplazar el “poder sobre” (que se basa en alguna forma de violencia e intimidación) por el “poder con” (la fuerza de los grupos cuando se unen en función de un objetivo), el “poder para” (la fortaleza que cada individualidad puede obtener mediante la creatividad en la resolución de situaciones complejas), y el “poder interior” (el respeto a uno mismo, que se expresa en el respeto a los otros y en la aceptación de ellos como iguales) (Williams y otros, 1997 en Caracciolo Basco y Foti Laxalde, 2003).

Si el modelo de desarrollo es excluyente, estas desigualdades se van a dar también al interior de los territorios locales.

A partir de esto, se puede ver una vez más que la creación de emprendimientos económicos solidarios en sectores o grupos de personas, a los que el Estado deja de lado, termina ejerciendo presión sobre las autoridades. Habilita a sus miembros a ejercer presión desde otro lugar, a través de los principios de autogestión y cooperación “buscan soluciones, creadas en la base y por la base, a demandas que anteriormente se intentaban satisfacer mediante una presión social dirigida hacia el Estado” (Gaiger, 1999: 189).

8- CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES.

El estudio de caso de la presente tesina de grado permitió construir un nuevo conocimiento científico respecto a los factores que permiten la creación de emprendimientos turísticos asociativos en comunidades mapuches, y aquellos que favorecen o restringen el desarrollo de los mismos una vez creados.

Las comunidades donde se asientan los emprendimientos estudiados, tienen una economía primaria basada en el arreo y cría de animales, lo cual las encuadra dentro de la economía de subsistencia, no logrando satisfacer las necesidades básicas de sus pobladores, en muchos casos sometidos a la transhumancia. Esta situación se ve agravada con el aumento de la población, lo cual se traduce en menores espacios para el arreo y engorde de los animales y disminución de cabezas de ganado por familia. Junto con ello, las crisis económicas recurrentes nacionales y provinciales que afectan a las poblaciones más vulnerables, ha provocado el despido de empleados y el abuso o la especulación en la compra de las mercancías a causa del escaso poder de negociación de estas personas.

Por otro lado, estas comunidades se han visto forzadas a crear emprendimientos por la necesidad de *resguardar el territorio* donde se encuentran, evitando ser desplazados y/o usurpadas las tierras por personas ajenas a estas comunidades, y de este modo, poder tener un control sobre el medioambiente en el que se hallan asentadas, logrando a través de los emprendimientos empoderarse para defender sus intereses.

También surgió del trabajo de campo y de los análisis que estos emprendimientos han sido creados como fuente de contención hacia los pobladores más jóvenes, evitando que por la necesidad de subsistencia y en búsqueda de mejores condiciones de vida migren hacia la ciudad, acentuando la marginación y discriminación por parte de la sociedad, trabajando en condiciones deplorables, causando, el contacto permanente con otras culturas, la pérdida de su identidad y/o valores, desintegrando de este modo su cultura. Así, con el apoyo de otras instituciones civiles, han podido ver el valor que tiene en la sociedad el turismo cultural, el realizar un turismo con identidad, para lo cual han debido volver a rescatar su cultura.

Por ello, en vista de *mejorar la calidad de vida* de sus pobladores, es que las Comisiones Directivas junto con Parques Nacionales (por encontrarse dentro de su jurisdicción) han comenzado a diseñar y crear emprendimientos económicos turísticos cuyos principios reflejan la cosmovisión de estos pueblos, coincidiendo además con los valores de la Economía Social Solidaria. De este modo, se ha podido conocer que los emprendimientos estudiados surgieron como respuesta a problemáticas sociales contextuales, tales como la pobreza, marginación, desocupación y conciencia sobre los recursos naturales y culturales del área. Es sabido que la mayoría de los emprendimientos de la Economía Solidaria surgen en contextos caracterizados por la distribución regresiva del ingreso y el incremento del desempleo, la subocupación y la precarización del trabajo³⁵, viéndose los sectores más afectados forzados a resolver sus necesidades a partir de sus propios recursos. Por ende, se puede plantear que la Cooperativa Wekintwn, y los Campings Quillén y Trempain son uno de los tantos ejemplos de emprendimientos asociativos comunitarios que conforman la Economía Solidaria de nuestra provincia, con fuerte presencia de miembros de los pueblos originarios.

³⁵ Hintze, S; Federico Sabaté, A.; (2003): *Investigación sobre economía social* del equipo interdisciplinario del Instituto del Conurbano (ICO)-Universidad Nacional de General Sarmiento.

Ahora bien, no son sólo las cuestiones externas a los emprendimientos las causantes de su creación, sino que en la emergencia entran también en juego cuestiones internas, que hacen a las personas y a la comunidad que los moviliza para su creación.

Es dable destacar que los factores del contexto, han logrado una sensibilización en las personas transformándose éstos, en la *motivación* principal que han tenido los miembros de las comunidades mapuches para la creación de los emprendimientos en estudio. Por ello, se ha visto en los resultados obtenidos, que el motivo para asociarse ha sido principalmente *satisfacer necesidades básicas, resguardar el territorio* que habitan, *rescatar la cultura, proteger los recursos naturales, equilibrar el uso económico* que se le da a las tierras y *disminuir y revertir la migración* hacia la ciudad.

Corresponde señalar que en estos grupos sociales aún sigue viva una cultura ancestral, donde los valores dejados a un lado en nuestra sociedad se encuentran latentes en ellos, esto es: la solidaridad, la cooperación, el cuidado y respeto por el medio ambiente haciendo un uso sustentable, teniendo en cuenta los ciclos naturales, entre otros. Valores que sirven de ejemplo al presente para estimular comportamientos emprendedores, y proveerse elementos de la subsistencia a través del trabajo y el aprendizaje compartido. De ahí la importancia de fomentar emprendimientos en poblaciones con estas características, centrados en un uso sustentable de los recursos naturales y culturales, preservando los valores originales y evitando el saqueo de sus identidades por el avance de la modernidad y la lógica mercantil.

El cumplimiento de estos objetivos genera efectos positivos en los miembros de las comunidades originarias, satisfaciendo necesidades internas subjetivas e intersubjetivas, tal como el *aumento de la autoestima, el fortalecimiento de la subjetividad* y un *incremento y consolidación del capital social*. El encontrarse incluido y tener participación activa en la sociedad disminuye y revierte en cierta medida la marginación y exclusión de estas personas por parte de la sociedad no mapuche.

Se ha visto además, que entre los factores del contexto y los factores personales y organizacionales que incitan a las personas a la creación de emprendimientos, se encuentra la cuestión de la *trayectoria*, categoría en la que resalta el aprendizaje a lo largo del tiempo, los conocimientos tácitos, las tareas y experiencias a cargo, los logros, las pruebas y errores, y los vínculos tejidos en ellas a lo largo de la vida cotidiana que van transformando las personas y las organizaciones por la acumulación y el desarrollo de capacidades y condicionando sus comportamientos y estrategias.

Respecto a esta cuestión, se ha visto la importancia de la trayectoria y los *conocimientos* adquiridos para el manejo de un emprendimientos. Si bien “del prueba y error” también se aprende, los procesos de desarrollo en consecuencia son más extensos, y la inseguridad que genera el desconocimiento retrasa su desarrollo. El miedo a lo desconocido, la incertidumbre, generalmente bloquea a las personas para continuar o generar un emprendimiento del tipo que sea.

Sería importante realizar un estudio en profundidad respecto al proceso de creación de emprendimientos netamente endógeno o exógenos, es decir con ayuda -en los comienzos- de otras instituciones para ver la evolución que pueden presentar, teniendo presente la cultura de quienes lo integran. Al respecto cabe recordar las diferencia identificadas de los campings Quillén y Trempain.

Además las estrategias y las experiencias acumuladas fomentan el *espíritu emprendedor*. Se sabe que las actitudes emprendedoras pueden ser innatas pero también pueden ser desarrolladas. La importancia de su estimulación permitirá además afrontar nuevos desafíos económicos en la vida de las personas.

Otro de los factores internos que caracteriza fuertemente a los emprendimientos generados por pueblos originarios son los *valores culturales*, estos constituyen el eje del cual van a depender el objeto que tenga su creación y desarrollo, así como también la forma de organización del trabajo -a través de la labor comunitaria- y el modo de reparto de las ganancias y de difusión de la información -basada en prácticas centradas en la equidad-. Asimismo, dentro de estos se encuentran los valores de solidaridad y cooperación, también presentes en los emprendimientos de la Economía Social Solidaria. Por ello, es que dentro de los beneficios que pretenden lograr los emprendimientos no sólo se busca la satisfacción de las necesidades de los propios integrantes de estos, sino que su beneficio se extienda a los demás miembros de la comunidad. Y que el capital cultural y el capital social en estos grupos inciden fuertemente en la creación de los emprendimientos asociativos.

En cuanto a los factores que promueven y restringen el *desarrollo* de los emprendimientos, se ha visto que existen tanto cuestiones internas a la organización como externas, al igual que los que permiten la creación de los mismos.

Entre las cuestiones internas, se ha visto que los *recursos económicos* y el acceso a una fuente de financiamiento acorde, son factores necesarios pero no suficientes como para restringir el desarrollo, en particular en estos emprendimientos en los que el peso de la confianza, colaboración, y solidaridad, entre otras cuestiones, refuerzan el capital económico, toda vez que en los emprendimientos fundados en los principios capitalistas, con frecuencia el capital social de confianza no suele ser relevante.

Vale recordar, además, que el recurso principal que cuentan estos emprendimientos generados por comunidades de pueblos originarios es el *conocimiento del lugar* y el de las *prácticas asociativas y cooperativas*, por encontrarse éstas dentro de sus valores culturales, no así el conocimiento técnico de la actividad turística y de la gestión formal para el desarrollo de los emprendimientos en cuestión. La falta de conocimiento codificado y específico, y el manejo de técnicas de gestión, puede provocar en las personas sentimientos de frustración, volviendo a generar disminución en la autoestima, desvalorización del trabajo, entre otras cuestiones negativas de índole personal, provocando el fracaso de los emprendimientos y en algunos casos la negación de sus propias raíces.

Por ello, la importancia de las *capacitaciones*, para llevar a cabo una buena gestión y administración favoreciendo el cumplimiento de los objetivos planteados y la continuidad a largo plazo, además del apoyo de agentes externos con trayectoria en el tipo de actividad, para el acompañamiento de estos grupos. También es elemental *conocer y compartir experiencia*. Conocer los resultados y el proceso de desarrollo de otros emprendimientos asociativos creados por otras comunidades mapuches sirve de agente movilizador para la continuidad y el aprendizaje.

Otra cuestión que favorece la continuidad es la presencia de un *coordinador o líder* que tenga en claro los objetivos de la asociación y sea capaz de transmitirlos eficazmente a los demás miembros de la organización. Si todos los integrantes del emprendimiento conocen y trabajan en pos de alcanzar las metas propuestas, las probabilidades de continuidad pueden ser altas. De este modo, el trabajo en pos de objetivos comunes genera en las personas *sentimientos de pertenencia* a un grupo, lo cual también es favorable para la continuidad de sus actividades conjuntas. Ello da lugar a la reproducción del capital socioeconómico.

En los emprendimientos estudiados se ha visto el fuerte sentido de pertenencia muy vinculado a la cuestión territorial, por lo cual se nota una fuerte tendencia a la continuidad, por encontrarse ligados a la lucha de intereses comunes respecto al reclamo ancestral de las tierras, a diferencia de lo que sucede con emprendimientos que no poseen esta carga “emotiva” relacionada al territorio. En esta cuestión cabe señalar la diferencia que marca la situación de los campings respecto a la de la Cooperativa.

Se concluye que estos grupos han transformado un modo tradicional de hacer economía basado en un capital social simple, basado en la proximidad y la cotidianeidad, en un capital social ampliado, en tanto la economía asociativa desplegada incorpora otros actores y nuevos vínculos. Con ese objeto, se han asociado con el fin de crear unidades económicas de mayor rentabilidad, por medio de los cuales pueden ejercer una nueva presión poder sobre el resto de la sociedad y el Estado provincial y demás organismos gubernamentales, procurando visibilizar y hacer valer sus derechos y salir de los estados de marginación y exclusión a los que han sido sometidos durante años, desde la Conquista del Desierto, seguido por la creación de Parques Nacionales hasta la actualidad.

Así, como se ha visto en los resultados y como lo menciona La Serna “(...) la economía de la solidaridad tiende a ocupar, bajo nuevas reglas, lo que el Estado y el Mercado abandonaron. En efecto, la insuficiencia de las políticas sociales en la órbita del Estado producto de los ajustes estructurales, como la defeción del mercado en tanto proveedor de empleo, han activado a nivel social mecanismos que tienden a generar nuevas vías de lucha contra la exclusión” (La Serna, 2008).

Entre estas nuevas vías que menciona La Serna, se encuentra la creación de los emprendimientos con el fin de dar soluciones a los intereses comunitarios. En el caso de los emprendimientos estudiados, por diversos motivos, el acompañamiento y el apoyo a los mismos por parte del Estado provincial ha ido en progresivo retroceso; en otros casos el Estado provincial ha estado ausente. Estos emprendimientos, que se encuentran inmersos en un contexto de exclusión social y cuyos titulares cuentan con escasos recursos económicos para la contratación de profesionales para el asesoramiento y capacitación que faciliten su desarrollo, sin el apoyo del Estado, deben afrontar con más retraso, la gestión y el desenvolvimiento, provocando demoras e ineficiencias en su proceso de desarrollo.

Es fundamental que exista una estrategia provincial de desarrollo de la Economía Social, de la que se derive un comportamiento proactivo y una eficaz articulación entre los diferentes niveles de gobierno y la diversidad de actores sociales involucrados en emprendimientos de subsistencia, autoproducción o unidades capitalizadas, estimulando y apoyando estos tipos de iniciativas, en procura de la inclusión social.

Es importante además, que el desarrollo de un destino turístico tenga en cuenta en la planificación a estos grupos sociales que poseen conocimiento in situ y buscan desarrollarse mejorando su calidad de vida, siempre en el marco de una racionalidad sustantiva centrada en el desarrollo sustentable.

Existen un considerable número de emprendimientos turísticos asociativos formados por pueblos originarios convencidos que a través de éstos pueden mejorar la calidad de vida de sus miembros, satisfacer sus necesidades básicas tanto materiales como no materiales de todos los integrantes de la comunidad, rescatar y revalorizar su cultura como capital simbólico, proteger el medio ambiente y promover estrategias de uso sustentables, en el tiempo, y fortalecer los lazos sociales dentro de la comunidad, con otras comunidades como así también con otros actores.

Como reflexión final, y compartiendo el pensamiento de Bernardo Kliksberg, la combinación de Economía Social y Gerencia Social participativa constituye la vía alternativa al crecimiento con exclusión y pasividad. Los emprendimientos de Economía Social de las Comunidades originarias de la zona de Aluminé son esfuerzos gestados desde la vida misma y gerenciados desde el respeto a la naturaleza, el saber acumulado y transmitido oralmente de padres a hijos y desde el ejemplo diario. Demandan en una nueva instancia la transición del conocimiento tácito al conocimiento técnico y de Gerencia Social codificado. Ello comporta la Pedagogía desde el trabajo asociado y guiado, con metodologías de organización y gestión modernas, el dominio de información y técnicas que cooperen a mejorar el uso de los recursos, y una institucionalidad que los contenga.

Quienes desde los pueblos originarios integran las iniciativas estudiadas en esta investigación, creen en ellas, despliegan energía colectiva en su desarrollo, y merecen la oportunidad de recorrer esa vía, acompañados por políticas públicas responsables e inclusivas y comportamientos sociales solidarios.

Quien es autora de esta investigación de tesis está convencida de que ello es posible y necesario.

Quien la guió en esta investigación comparte sus valores y expectativas.

Ambas deseamos que el recorrido de este trabajo sea un aporte en tal sentido y que su filosofía se haga realidad.

Esta producción no hubiera sido posible sin el generoso aporte de los informantes, a quien se agradece su valiosa disposición y colaboración. Ellos son protagonistas de este esfuerzo y estas reflexiones.

9- BIBLIOGRAFÍA.

ABRAMOVICH, A. L. y VÁZQUEZ, G.; (2007); “Experiencias de economía social en la Argentina” en Forciniti, K. y Basualdo, V.; (Coordinadoras) *Transformaciones recientes en la economía argentina. Tendencias y perspectivas*. Universidad Nacional de General Sarmiento. Prometeo Libros. Buenos Aires.

ABRAMOVICH, A., CASSANO, D, FEDERICO-SABATÉ, A., HINTZE, S., MONTEQUIN, A. Y VÁZQUES, G.; (2003) *Empresas sociales y economía social. Una aproximación a sus rasgos fundamentales*. Instituto del Conurbano. Universidad Nacional de General Sarmiento. Programa de Desarrollo Local. N° 6.

ARGUDO PÉRIZ, J. L.; (2002) *El tercer sector y Economía social. Marco teórico y situación actual*. Departamento de Derecho Privado. Universidad de Zaragoza. Publicado en *Acciones e Investigaciones Sociales*, 15 (oct. 2002) pp.239-263.

ARIAS INCOLLÁ, M. de las N.; (1997) “Patrimonio intangible. Señas de identidad. Aproximaciones interdisciplinarias al patrimonio intangible”. Primeras J

ornadas del Mercosur sobre patrimonio intangible. (Junio de 1997). Mar del Plata.

BARSKY, O. Y SCHETJMAN, A.; (Coordinadores) (2003) *Desarrollo rural en la Argentina*. BID. Ed. Siglo XXI.

BARTOLOME, M. y BARBAS, A.; (1986) “*Etnicidad y pluralismo cultural. La dinámica étnica en Oaxaca*”. Instituto Nacional de Antropología e Historia, México.

BERDEGUE, J. Y SCHETJMAN, A.; (2003) “Desarrollo territorial rural”. RIMISP: Santiago de Chile.

BOURDIEU, P.; (2000) *Las estructuras sociales de la Economía*. Ed. Manantial. Buenos Aires.

BOURDIEU, P.; (1979) “Les trois états du capital culturel”, en *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 30. Paris.

BOURDIEU; P.; (1980) “Le capital social. Notes provisoires”, en *Actas de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 31. Paris.

CAILLE, A.; (2009); “Sobre los Conceptos de Economía en general y de Economía Solidaria en particular”. En Coraggio, J. L. (Organizador) *Qué es lo económico. Materiales para un debate necesario contra el fatalismo*. Ediciones CICCUS, Buenos Aires. pp. 13-45.

CARACCILO BASCO, M. y FOTI LAXALDE, M. del P.; (2003) “*Economía Solidaria y Capital Social: Contribuciones al desarrollo local*”. Ed. Paidós, Buenos Aires.

CASTRO SOLANO, A., (2006) *Teorías implícitas del liderazgo, contexto y capacidad de conducción*. Editorial CIUDAD.

CATTANI, A.; (2004) *La otra economía*. Universidad Nacional de General Sarmiento. Fundación OSDE. Ed. Altamira. Buenos Aires.

Cátedra de Psicología Social; (2001) Ficha para el cursado de Psicología Social aplicada al Turismo; “*Organizaciones – Instituciones*”. Ficha N° 11. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén.

Confederación Mapuce; <http://www.confederacionmapuce.com.ar/>.

COOPERAR (2009); Documento del Bicentenario; “*Por una Argentina próspera y solidaria*”. <http://www.ncnoticias.com.ar/documentos/090707Bicentenario.pdf>

CORAGGIO, J. L.; (2007) *Economía Social, acción pública y política*. Ediciones Ciccus. Buenos Aires.

CORAGGIO, J. L. (Organizador); (2007) *La economía social desde la periferia. Contribuciones latinoamericanas*. Universidad Nacional de General Sarmiento. Ed. Altamira. Buenos Aires.

CORAGGIO, J. L.; (2004) *La gente o el capital. Desarrollo local y economía del trabajo*. Espacio Editorial. Buenos Aires.

CORAGGIO; J. L.; (Organizador) (2009) *Qué es lo económico? Materiales para un debate necesario contra el fatalismo*. Ediciones Ciccus Buenos Aires.

CORAGGIO, J. L.; (1999) *Política social y economía del trabajo. Alternativas a la política neoliberal para la ciudad*. Universidad Nacional de General Sarmiento. Miño y Dávila Editores. Buenos Aires.

DAL BO, E. y KOSACOFF, B.; (1998) “Líneas conceptuales ante evidencias microeconómicas de cambio estructural”. En Kosacoff, B.; (Editor) (1998) *Estrategias empresariales en tiempos de cambio*. Naciones Unidas CEPAL. Universidad Nacional de Quilmes. pp. 123-153.

DANANI, C. (Compiladora); (2004) *Política social y Economía social. Debates fundamentales*. Universidad Nacional de General Sarmiento. Fundación OSDE. Ed. Altamira. Buenos Aires.

DIAZ BRETONES, F.; “*Emprendizaje cooperativo: Análisis psicosocial de la conducta emprendedora*”. Universidad de Granada. X Jornada de Investigadores en Economía social y Cooperativa. Madrid. <http://www.observatorioeconomiasocial.es/jornadas>.

DA ROS, G. S.; (2007) “*Economía Solidaria: Aspectos teóricos y experiencias*”. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, www.unircoop.org/unircoop/files/revue/.../01_da%20ros.pdf.

DEFOURNY, J., DEVELTERE, P., y FONTENEAU, B.; (2001) *La economía social en el norte y en el sur*. Ed. Corregidor. Buenos Aires.

Dirección de Cooperativas y Mutuales de la Provincia del Neuquén. Informes diversos.

DOSI, G.; (1988) “Sources, procedures, and microeconomic effects of innovation”, *Journal of Economic Literature*, vol. XXVI, pp. 1.120-1.171.

FEDERICO SABATÉ, A., MUÑOZ, R. y OZOMEK, S. (Compiladores); (2005) *Finanzas y Economía Social. Modalidades en el manejo de los recursos solidarios*. Universidad Nacional de General Sarmiento. Fundación OSDE. Ed. Altamira. Buenos Aires.

FERNANDEZ MOUJAN, M.; (2008); *Turismo: Relaciones e intercambio entre otros culturales. Caso de estudio*. Universidad Nacional del Comahue, Facultad de Turismo. Neuquén.

FERNÁNDEZ FUSTER, L.; (1978) *Teoría y Técnica del turismo*. Editora Nacional. Tomo I. Madrid.

FORMICHELLA, M. M.; (2003 y 2004) “El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local” En: GORENSTEIN, Silvia; Congreso “*Emprendedorismo y Desarrollo Local*”, Pigüé y Tres Arroyos, provincia de Buenos Aires, [http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/agroindustria/Monografia Version Final.pdf](http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/agroindustria/Monografia%20Version%20Final.pdf)

- FORNI, F. (Compilador); (2004) *“Caminos solidarios de la economía argentina: Redes innovadoras para la integración”*. Ed. Ciccus. Buenos Aires.
- GAIGER, L. I.; (2004) “Eficiencia sistémica”. En Catani, A.; *La otra economía*. Universidad Nacional de General Sarmiento. Fundación OSDE. Ed. Altamira. Buenos Aires. pp. 213-221.
- GAIGER, L. I.; (2004) “Emprendimientos económicos solidarios”. En Cattani, A.; *La otra economía*. Universidad Nacional de General Sarmiento. Fundación OSDE. Buenos Aires. Ed. Altamira. pp. 229-241.
- GAIGER, L. I.; (1999) *La solidaridad como una alternativa económica para los pobres*. CIRIEC. España. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa. N° 31, junio, pp. 187-205.
- GAIGER, L. I. ; (1999) *Significados e tendências da economia solidaria*. Curso de Formação de Formadores para Gestão em Desenvolvimento Sustentável e Solidário. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. CUT São Paulo. (e-mail: gaiger@helios.unisinos.br)
- GARCIA ALONSO, M. BAEZA MARTIN, C. (1996) *“Modelo teórico para la identidad cultural”*. Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Merinello, La Habana.
- GARCIA CANCLINI, N.; (2001) *“Culturas híbridas. Estratégias para entrar y salir de la modernidad”*. Nueva edición. Ed. Paidós. Buenos Aires.
- GERMANI, G.; (1977) *“Política y Sociedad en una época de transición: de la sociedad tradicional a la sociedad de masas”*. Ed. Paidós. Buenos Aires.
- GETINO O.; (2002) *“Turismo: Entre el ocio y el Neg-Ocio”*. Ed. Ciccus-La Crujía, Argentina.
- GORENSTEIN, S.; (2003) Congreso: *“Emprendedorismo y Desarrollo Local”*. Pigüé, Buenos Aires.
- GUERRA, P. (1999) “Análisis socioeconómico solidario de las economías alternativas”. Universidad de la República y Universidad Católica del Uruguay. Montevideo. En *Revista Iberoamericana de Autogestión y Acción Comunal*. N° 34. Madrid.
- GUERRA, P.; (2001) “Socioeconomía para América Latina”. Universidad de la República y Universidad Católica del Uruguay. Montevideo. *Revista Anthropos* N° 188. ene-mar. Barcelona.
- GUERRA, P.; (2002) *“Economía de la Solidaridad”. Una introducción a sus diversas manifestaciones teóricas”*. Universidad Católica del Uruguay. Montevideo. <http://www.truequemarysierras.org.ar/biblioteca2.htm>.
- GUERRA, P.; (2002) *“La Economía de la Solidaridad”*, en Prólogo a Razeto, L.: *Las empresas Alternativas*, Montevideo, Nordan, 2002.
- HINTZE, S. (editora); (2003) *Trueque y economía solidaria*. Universidad Nacional de General Sarmiento. PNUD. Prometeo libros. Buenos Aires.
- HUAYLUPO ALCÁZAR, J.; (2004) *“La identidad cooperativa una expresión del compromiso con las personas, la sociedad y el desarrollo”*. Universidad de Costa Rica. Costa Rica, Presentado en el VIII Seminario Internacional. Canadá. <http://www.unircoop.org/unircoop/index.php?q=es/node/857>.

- KANTIS, H.; MASAHIKO, I. y MASAHIKO, K.; (2004) *Empresarialidad en Economías Emergentes: Creación y Desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Informe del BID. <http://www.iadb.org/sds/doc/IDBResumenfinal.pdf>
- KLIKSBER, B.; (2005) “*Hacia una gerencia social diferente. Algunas cuestiones claves*”. Revista Vinculando. Séptimo Aniversario.
- KLIKSBERG; B. Compilador; (1997) “*La pobreza: un tema impostergable*”. Fond de Cultura Económica. México.
- LANDRISCINI, G.; (2000) Aprendizaje tecnológico y desarrollo institucional: bases para la competitividad sistémica”. *Revista Pilquén*, CURZA. UNC. Viedma.
- LAVILLE, J.-L. (Compilador); (2003) *Economía Social y Solidaria. Una visión europea*. Universidad Nacional de General Sarmiento. Fundación OSDE. Ed. Altamira. Buenos Aires.
- LEIVA BONILLA, J.C.; (2004) *Empresarialidad en economías emergentes: Creación de empresas en América Latina y el Este de Asia: “Informe Costa Rica”*. Capítulo 14.
- Ley N° 20.337 Orgánica de Cooperativas; (1973) Creación del Instituto Nacional de Acción Cooperativa. Buenos Aires.
- LÓPEZ, A. (2006); *Empresarios, instituciones y desarrollo económico: el caso argentino*. CEPAL. Naciones Unidas. Oficina Buenos Aires.
- MALDONADO, C. (2005); *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. Programa sobre intensificación del empleo mediante el desarrollo de pequeñas empresas. Departamento de creación de empleos y desarrollo de la empresa. Oficina Internacional de Trabajo. Ginebra.
- MANZANAL, M.; (2002) *Instituciones y gestión del desarrollo rural en la argentina degradada (hacia la reconstrucción de la Nación)*. VII Seminario de la red Iberoamericana de Investigadores sobre Globalización y Territorio. Camagüey, Cuba.
- MAX NEEF, M. (1986) *Desarrollo a escala humana: Una opción para el futuro*. Motala. CEPAAUR.
- NELSON, R. (1991); Why do firms differ, and how does it matter?, *Strategic Management Journal*, vol. 12, pp.61-74.
- NELSON, R. y WINTER, S.; (1977); “In search of a useful Theory of Innovation”, *Research Policy*, vol. 6, N° 1, pp. 36-76.
- NOGUERA, F.; (2009) “*Los mapuches y la lucha por sus tierras*” Artículo de: Ñ revista de cultura. [Http://www.revistaenie.clarin.com/notas/2009/06/06/-01933407.htm](http://www.revistaenie.clarin.com/notas/2009/06/06/-01933407.htm)
- NOSETTO, L. (2007); “*La vigencia de la economía social en tanto síntoma del sustrato social del trabajo humano*”. 7° Congreso Nacional de Estudios del Trabajo. Buenos Aires.
- NYSSSENS, M.; (1996); “*Économie populaire au Sud, économie sociale au Nord: des germes d'économie solidaire?*”, en Sauvage, P. (et al.), *Réconcilier l'économique et le social*, Paris, OCDE.
- ORMEROD, P.; (1994) *Por una nueva economía. Las falacias de las ciencias económicas*. Anagrama. Colección Argumentos. Barcelona.
- PALADINO, M., MILBERG, A., y SÁNCHEZ IRIONDO, F.; (2008) “*Emprendedores sociales y emprendedores responsables*” Parte II, Cap. 5. Ed. Temas. Buenos Aires.

PALOMINO, H.; (2003) “Las experiencias actuales de autogestión en Argentina: entre la informalidad y la economía social”. *Revista Nueva Sociedad* N° 184. *El trabajo entre la exclusión y el mercado. Análisis y perspectivas*. mar.- abr. Caracas. Venezuela.

PAULETI: http://www.enredando.org.ar/noticias_desarrollo.shtml?x=29973

PÉREZ FERNÁNDEZ, E.; (2002) *La participación como elemento constitutivo de las empresas de la Nueva Economía Social*. CIRIEC- España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, abril, número 040. Centro Internacional de Investigación sobre la Economía Pública Social y Cooperativa, Valencia, España, pp.141-163.

POGGIESE, H.; et al; (1999) *El papel de las redes en el desarrollo local como prácticas asociadas entre Estado y Sociedad*, Buenos aires. FLACSO, Sede Argentina.

POLANYI, K.; (1977) *La gran transformación*. Ed. Claridad. Buenos Aires.

POLANYI, K; ARENSBERG y PEARSON, H; (1976) *Comercio y Mercado en los imperios antiguos*. Talleres Gráficos Ibero – Americanos S.A. España.

PORTES, A.; (1999) “Capital Social: sus orígenes y aplicaciones en la sociología moderna”. En Carpio, J. y Novacovsky, I.; *De igual a igual. El desafío del Estado ante los nuevos problemas sociales*. FCE. Buenos Aires.

Prensa Cooperar; (2009) “*Repercusiones de la primera reunión del consejo asesor cooperativo*” en Sitio Cooperativo, 16 de enero, Buenos Aires. <http://www.sitiocooperativo.com.ar/notas.asp?idNota=2785>.

Programa FAO/OAPN; (2007); “*Fortalecimiento del manejo sostenible de los recursos naturales en las áreas protegidas de América Latina. Estudio de caso. Una experiencia intercultural de co-manejo entre el Estado y las comunidades Mapuches en el Parque Nacional Lanín, Argentina*”.

RADOVICH, J.C.; (1983) “*Relevamiento Sociocultural en Agrupaciones Indígenas de la Provincia del Neuquén*”. COPADE. Neuquén

RAZETO, L.; (1999) “*La economía de solidaridad: Concepto, realidad y proyecto*” publicado en la revista: *persona y sociedad*, Volumen XIII, N° 2. Santiago de Chile.

RAZETO, L.; (2009) *Un análisis alternativo de la actual crisis global y sus vías de superación*. <http://economiasolidaria.org/documentos>.

Red de Economía Solidaria. ¿Qué es la economía solidaria? <http://www.economiasolidaria.net/esolidaria/index.php>

RODRIGUEZ BILELLA, P. Y TAPPELLA, E.; (2009) *Transformaciones globales y territorios. Desarrollo rural en Argentina. Experiencias y Aprendizajes*. Ed. La Colmena. Buenos Aires.

ROFMAN, A. (Compiladora); (2002) *La acción de las organizaciones sociales de base territorial*. Instituto del Conurbano. Universidad Nacional de General Sarmiento. Programa de Desarrollo Local. N° 5.

SALGADO, J.M., GOMIZ, M y HUILIPAN, V.; (2008); “*Informe de situación de los Derechos Humanos de los Pueblos Mapuces en la provincia de Neuquén*”. Ed. ODHPI. Neuquén, Argentina.

SLAVSKY, L; (2003); “*Conclusiones del II Congreso Virtual Internacional de Cultura y Turismo*” Internet <http://www.naya.org.ar>

TRINCHERO, H. H.; (1998) *Antropología económica. Ficciones y producciones del hombre económico*. EDUDEBA. Buenos Aires. Capítulo III.

VERISSIMO VERONESE, M. (Compiladora); (2008) *“Economía Solidaria y Subjetividad”*. Colección Lecturas de Economía Social. Universidad Nacional de General Sarmiento. Ed. Altamira. Buenos Aires.

VUOTTO, M.; (2003) *Economía Social. Precisiones conceptuales y algunas experiencias históricas*. Universidad Nacional de General Sarmiento. Fundación OSDE. Ed. Altamira. Buenos Aires.

ZEIDA, R. E.; (2007) *“Escuela de Democracia, Transparencia y Compromiso con la Comunidad”* en *Lazos cooperativos*. Año XII, N° 67, 28 de Mayo. <http://www.mercosur.coop/recm/spip-php?article383>.

ZEIDA R. E. (2007); *“Mayor incidencia para las empresas*. <http://www.elhogarobrero1905.org.ar/Eho2007074.htm>

ZUZUMBO VILLARREAL L. (2007); *“El turismo en comunidades rurales. Práctica social y estrategias económicas”*. Tesis para obtener el grado de doctora en sociología. Toluca, México.

<http://www.labandurria.com.ar>

<http://www.economiasolidaria.net/esolidaria/index.php>

<http://www.360responsibletourism.com/AP/APOC.html>

<http://www.coraggioeconomia.org>

<http://www.inaes.gov.ar/es>

<http://www.riless.org>. Red de Investigadores latinoamericanos de Economía Social y Solidaria.

<http://neuqueninforma.com/2009/02/23/se-constituyo-formalmente-la-primera-cooperativa-de-trabajo-mapuche/>

<http://www.economiasolidaria.net/textos/articulos/Venezuela1997.php> Economía Solidaria y Desarrollo Social. Reseña de la ponencia presentada en el Seminario “Economía Solidaria: El desarrollo con todos y para todos”. Caracas. 1997.