

Grupo11: Producción y autogestión del trabajo en la economía social

Coordinación: Mirta Vuotto - ivuotto@econ.uba.ar

Griselda Verbeke - gverbeke@econ.uba.ar

**Emprendimientos de la Economía Social en destinos turísticos.
Factores que inciden en el proceso de creación y desarrollo.
Caso: San Carlos de Bariloche. Río Negro. Argentina.**

Belén Maccarini

Universidad Nacional del Comahue

Graciela Landriscini.

Universidad Nacional del Comahue

gslandriscini@speedy.com.ar

1. INTRODUCCIÓN

La investigación que da origen a este documento, se propuso avanzar en el conocimiento de los factores que inciden en el proceso de creación y en el desarrollo de los emprendimientos de la economía social vinculados a la actividad turística, en un destino consolidado como es San Carlos de Bariloche, el mayor centro urbano de la Provincia de Río Negro y de la zona cordillerana en la Patagonia norte. En función de ese objetivo, se abordaron las características personales de los emprendedores, la estructura y organización de los emprendimientos de la economía social, como así también los factores externos que estimulan y condicionan su emergencia y desarrollo, resultantes del contexto nacional, provincial y local, las políticas públicas, el sistema legal y regulatorio, el mercado turístico, el complejo local-regional de la actividad y las organizaciones de la sociedad civil, entre otros. Para el análisis de tales factores se tomó como referencia información secundaria disponible sobre la cuestión objeto de estudio y los nexos con la actividad turística, la percepción de los propietarios de los emprendimientos y la visión de profesionales y técnicos que trabajan en el fomento y desarrollo de estas iniciativas en el ámbito público, privado y social.

El interés en la temática, surgió a partir del déficit detectado en materia de información sistematizada acerca de las características y funcionamiento de los emprendimientos de economía social en la región, y más específicamente, de aquellos vinculados al sector turístico.

En tal sentido, se consideró pertinente avanzar en la producción de nuevo conocimiento que aportara -desde el ámbito académico- elementos que cooperen a transformar la actividad turística en un medio de generación de oportunidades de trabajo, inclusión social y desarrollo local.

En función de ello, la investigación se centró en el análisis del proceso emprendedor, desde la gestación de la idea a la gestión de las distintas fases del circuito productivo, la estructura y organización, los nexos sujeto-familia-emprendimiento, y los vínculos de cooperación y competencia con otros agentes económicos de la producción, los servicios y la comercialización, permitiendo considerar, además de las particularidades propias de cada etapa de su desarrollo, las peculiaridades de la actividad turística, de los agentes involucrados en ella y del entorno, entre otros.

Dada la multiplicidad de dimensiones a considerar para el abordaje de la temática, en lo teórico metodológico se tomaron postulados de las **ciencias sociales**, entendiendo que la Sociología, la Economía y los estudios del sector turístico corresponden a disciplinas que integran dicho campo, en articulación multidisciplinaria.

En el campo de la economía, la investigación recurrió a un enfoque “heterodoxo”, particularmente “**estructuralista y evolucionista**”, que reconoce situaciones y comportamientos diversos e idiosincrásicos en los que se traduce la especificidad de los agentes económicos, los que son a la vez actores sociales que operan en el ámbito local en forma individual o a través de organizaciones colectivas. De modo que, quedan incorporados en el análisis factores objetivos del sistema económico que inciden en las decisiones de los agentes emprendedores y en el desarrollo de los procesos de producción de bienes y prestación de servicios, entre ellos las relaciones sociales que se reproducen en el circuito de producción e intercambio, y elementos subjetivos y de comportamiento traducidos en prácticas orientadas, que se ligan a la trayectoria laboral y vital de dichos agentes. Se entiende, además, que los mismos no deciden desde la racionalidad absoluta, ni cuentan con información perfecta que oriente sus decisiones, sino que operan en secuencias de prueba y error como parte de su experiencia vital, con frecuencia en la incertidumbre y en el marco de mercados imperfectos, incompletos, o caracterizados por asimetrías y segmentación.

Complementariamente, el abordaje del emprendimiento como organización llevó a recurrir a los aportes de la “**economía institucionalista**”, enfocando la unidad económica como organización abierta, en cuyo desenvolvimiento se despliegan una diversidad de relaciones sociales de proximidad en el territorio, de intercambios materiales y de conocimiento, a través de vínculos contractuales formales e informales con proveedores, clientes e instancias político administrativas. En esa línea, se incorporaron, asimismo, elementos del **análisis neoschumpeteriano**, cuyos aportes dan cuenta de la innovación como instancia técnica y social

transformadora, producto de la acumulación y flujo de información, de las experiencias compartidas y del conocimiento construido en el tiempo y espacio de trabajo e intercambio.

De este modo, a partir de la articulación de elementos teóricos y metodológicos con la información obtenida del relevamiento a campo, y el análisis de casos, la investigación ha **generado nuevo conocimiento**, posible de ser utilizado por quienes trabajan en emprendimientos de la economía social, y por quienes -desde organizaciones públicas o sociales regionales- desarrollan acciones en pos de la mejora de las condiciones de trabajo y de realización personal de quienes integran este sector. Los avances logrados en materia de conocimiento han permitido plantear un abanico de hipótesis que deben ser confrontadas para validar o no su formulación, cuestión que excede el tiempo y alcance de esta investigación.

Los resultados obtenidos se aspira sean de utilidad en el diseño y la gestión de las políticas públicas regionales y locales que tengan como destinatarios a los emprendedores y emprendimientos en destinos turísticos. Ello por cuanto, los planteos de la economía social materializados en experiencias asociativas, constituyen un modelo alternativo de producción-intercambio-distribución que aporta a la superación de diferentes problemáticas urbanas ligadas al empleo y la inserción económica, al tiempo que da cuenta de la subjetividad de los actores involucrados en el trabajo mancomunado y consolida el capital social. En particular, interesa remarcar el aporte de los emprendimientos asociativos como modo de inserción productiva sustentable al sector turístico y como medio de reproducción vital a nivel individual y familiar, y los valores de solidaridad en el aprendizaje y el trabajo, base de un modo de organización socioeconómico con potencialidad para superar gradualmente la modalidad y resultados de las políticas sociales asistencialistas, definidas como compensatorias de los desequilibrios económicos y las políticas de ajuste estructural.

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Tal como señalan Hintze, Federico Sabaté y otros¹, la política económica con pleno dominio del mercado implementada en la Argentina en las últimas décadas, provocó la desestructuración del aparato productivo -particularmente el industrial manufacturero- y junto con ello, la fragmentación del mundo del trabajo, la pérdida de empleos y una profunda crisis social e institucional, tuvo su máxima expresión con la caída de la convertibilidad. Fue a partir de la crisis del Tequila y el impacto en materia de desempleo masivo en 1995, que el Estado puso en marcha programas intensivos de trabajo y políticas sociales focalizadas y de emergencia que

¹Hintze, S; Federico Sabaté, A.; (2003): Investigación sobre economía social del equipo interdisciplinario del Instituto del Conurbano (ICO)-Universidad Nacional de General Sarmiento.

incluyeron la promoción de emprendimientos productivos y el microcrédito, que se profundizaron en el 2002.

En este contexto, los sectores más afectados se vieron forzados a resolver sus necesidades a partir de sus propios recursos. Fue así como vastos grupos de desempleados y empobrecidos se organizaron en torno a una serie de experiencias vinculadas a formas diversas de relaciones económicas, asociativas y cuentapropistas de tipo no capitalistas, donde se sustituyó la búsqueda de la ganancia a través de la reproducción y acumulación del capital, por la esforzada búsqueda de la satisfacción de las necesidades primarias y la reproducción de la vida. Estas experiencias fueron agrupadas bajo la denominación de “iniciativas de economía social o de economía popular”, en la cual los hombres y mujeres, no viven de la explotación de la fuerza de trabajo ajeno, ni de la riqueza acumulada, y cuyos miembros deben continuar trabajando para alcanzar sus expectativas medias de calidad de vida, aunque todos o algunos de sus miembros trabajen en otros subsistemas (de economía pública o privada de mercado). (Coraggio, 1991, Abramovich, 2003).

Partiendo de ello, la investigación desarrollada ha pretendido mostrar, cómo los sectores populares de menores recursos han logrado con frecuencia encontrar soluciones a la falta de empleo e ingresos, a través de la utilización de su propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles, muchos de ellos recursos no convencionales como lo es lo artesanal, la creatividad y la solidaridad (Max Neef, 1993)², siendo, en el caso objeto de estudio, el sistema turístico el contexto en el que decidieron o pudieron insertarse.

Desde esa perspectiva, se ha partido de los postulados de la denominada “economía social”, tomando como objeto de estudio a **los emprendimientos de la economía social, cuyos bienes y/o servicios ligados a la actividad turística, son ofrecidos y comercializados en San Carlos de Bariloche**, el principal centro turístico de la Patagonia Norte y uno de los destinos más visitados del país, en el que su principal actividad económica ha generado una diversidad de eslabonamientos directos e indirectos de producción de bienes y prestación de servicios que conforman un aglomerado preferentemente Micro y PyME. Asimismo, es la ciudad con más elevada densidad de población residente y visitante de la zona de los lagos del sur, lo que implica que sea el mayor polo de atracción para quienes buscan oportunidades laborales en la región. La estructura de producción en la ciudad se alinea -entonces- detrás de la actividad turística orientada preferentemente al mercado, existiendo, además un subsistema local de economía

² Max Neef, Manfred (1993). “Desarrollo a escala humana”. Editorial Nordan-Comunidad. Santiago. de Chile. Pág.60.

social, y ligado a ella una diversidad de emprendimientos de la economía social insertos -formal e informalmente- en el circuito de comercialización turístico.

Con variados modelos de relaciones entre proveedores y clientes y con parte de la producción destinada a consumidores finales en la localidad, existen numerosos emprendimientos, con diversos tipos de organización, micro-emprendimientos unipersonales, unidades familiares y experiencias asociativas. En todos ellos, existen creadores cuyas características particulares de personalidad y trayectoria han marcado la gestación del emprendimiento y continúan incidiendo en su gestión y evolución.

Complementariamente, en la selección del objeto de estudio ha pesado la consideración de que la universidad pública, a través de sus instancias de investigación, docencia y extensión, y de la tarea de sus profesionales y estudiantes debe asumir el compromiso de investigar y conocer el potencial de desarrollo que reúnen las actividades de economía social centradas en el trabajo humano, los emprendimientos e iniciativas individuales y colectivas de autoproducción y subsistencia.

Se partió en la investigación de considerar que el esquema de políticas sociales compensatorias, focalizadas y de asistencia puestas en marcha como respuesta a la crisis económica y social de la última década, constituye una opción de baja eficacia en términos de generación de capital social y desarrollo humano, y una estrategia insostenible para el Estado desde lo financiero, lo económico, y lo político. A partir de lo expuesto, se considera que el estudio de los factores que inciden en la creación y desarrollo de los emprendimientos ha permitido identificar algunas de las características de un modelo alternativo de desarrollo que aporte a superar el desempleo, la pobreza y sus consecuencias, a través de la promoción de la cultura emprendedora, el asociativismo, la cooperación y la solidaridad. Estas características deberían ser tomadas como punto de partida para abandonar gradualmente las políticas sociales asistencialistas y desarrollar estrategias de reinserción productiva de los sectores más vulnerables, orientadas al autoabastecimiento y la generación de ingresos y de capital social.

En ese marco, y a través de la caracterización de tales factores se logró generar información y nuevo conocimiento transferible a quienes trabajan en emprendimientos de la economía social y a quienes desde el ámbito de lo público y del tercer sector aportan esfuerzos intelectuales y organizativos para mejorar las condiciones de funcionamiento de dichos emprendimientos. Complementariamente, el estudio de las iniciativas de economía social permitió avanzar en el conocimiento de un modelo diferente de trabajo, y de organización de la producción, cuya aplicación en la actividad turística constituye una innovación social.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**

Objetivo general: Explorar los factores que inciden en el proceso de creación y desarrollo de los emprendimientos de la economía social vinculados al sector turístico en destinos consolidados. Caso: San Carlos de Bariloche.

Objetivos específicos:

1. Indagar sobre los **aspectos personales de los emprendedores** en lo referido a: motivaciones y necesidades, antecedentes laborales, habilidades y conocimientos, percepción sobre su realidad laboral, actitud frente a los cambios y vinculación con otros actores.
2. Analizar las **características internas de los emprendimientos** cuyos bienes y/o servicios son ofrecidos al mercado turístico, en lo referido a: inicio de la actividad, objetivos, recursos, forma jurídica, organización interna y perspectivas a mediano largo- plazo.
3. Analizar cómo los productos y/o servicios que ofrecen los emprendimientos **se relacionan con el mercado turístico**, en función de: las necesidades que satisfacen, la adaptación a las características de la demanda y el tipo de relación que establecen con la misma, las características generales de la competencia y las ventajas competitivas.
4. Indagar acerca de los **posibles factores** que incidieron en el proceso de creación y desarrollo de los emprendimientos de la economía social seleccionados, según la percepción de los emprendedores y profesionales que trabajan en el fomento y desarrollo de este tipo de emprendimientos.

4. LA ECONOMÍA SOCIAL, EL PROCESO EMPRENDEDOR Y EL DESARROLLO LOCAL: REFERENCIAS TEÓRICAS

4.1 La cuestión de la Economía social

La investigación parte de la concepción de Economía Social expuesta por Abramovich (Abramovich, 2003: 4) y revisa conceptos como: emprendimientos sociales, los procesos de su creación y desarrollo, emprendedores, capital social, mercado turístico y desarrollo local-endógeno. En *“El papel de los emprendimientos productivos sociales”*, la autora realiza un abordaje teórico sobre la economía social a partir de las convergencias y divergencias entre diferentes vertientes teóricas, pudiéndose identificar básicamente tres: **Economía Social** (Espínola Soriano de Souza Nunes, 2002, Zamagni 2000), **Economía Solidaria** (Singer 2002, Mance, s/d, Valle 2002, Gaiger, 2000), y **Economía del Trabajo** (Coraggio 1991 y 1999).

En este trabajo, se ha utilizado el término Economía Social, ya que es el que ha estado ganando aceptación entre los distintos autores, sin desconocer que las diferentes denominaciones (Economía Social, Solidaria, del Trabajo) encierran, en parte, distintos significados.

En una primera instancia y a los fines de la investigación, se han tomado algunos puntos de convergencia y divergencia planteados por la mencionada autora, los que fueron complementados con ideas de otros autores que han trabajado la temática. No obstante la existencia de divergencias teóricas entre distintos autores, son las convergencias entre ellos lo que interesa mencionar: En primer lugar, los autores coinciden en que esta economía es “social” porque produce sociedad y no sólo utilidades económicas o sea, valores de cambio con exclusividad, sino porque genera valores de uso para satisfacer necesidades de los mismos productores o de sus comunidades (Coraggio, 2001; Abramovich, 2003). En segundo lugar, el trabajo, no se caracteriza por la inversión de capital sino por la inversión en la fuerza de trabajo como principal factor de producción en tanto génesis y, a la vez, el resultado del conjunto de los demás factores del proceso de producción de bienes y servicios (Razetto, 1991; en Abramovich 2003). El objetivo es la reproducción ampliada de las unidades domésticas. Según Coraggio (1999) ³, se trata de la economía del trabajo que reproduce la vida, en contraposición a la economía del capital centrada en su acumulación. En tercer lugar, la economía social, aunque inmersa y, en última instancia, sometida a los imperativos de la “ley del más fuerte”, en la economía de mercado y la competencia, presenta características que se contraponen a la racionalidad económica capitalista y fomenta la conformación de lazos sociales y comunitarios.

Al ver la economía como inseparable de la cultura, la Economía Social la enfoca como espacio de acción constituido por individuos, familias, comunidades y colectivos de diverso tipo que actúan haciendo transacciones entre la utilidad material y los valores de solidaridad y cooperación, limitando, no necesariamente anulando, la competencia. (Coraggio, 2002)

Dentro de la economía social, se incluye a un conjunto de emprendimientos sociales, con actividades diversas, distintos niveles de complejidad organizativa y jurídica, y desempeñando distintos papeles en los circuitos de producción y distribución. Al respecto, se ha retomado la clasificación de organizaciones de la economía social de Caracciolo Basco y Foti Laxalde (2003): **las de auto-producción, las de subsistencia y las capitalizadas.**⁴

³ Coraggio, José Luis (.1999); *Política social y economía del trabajo. Alternativas a la política neoliberal para la ciudad*. Miño y Dávila Editores, Madrid/Buenos Aires.

⁴ **Las primeras** tienen por objetivo la producción de bienes o servicios autoconsumibles para “asegurar la vida” es decir, la reproducción de la mano de obra, y se realizan a través de actividades como: las comúnmente denominadas “tareas domésticas” y comunitarias. Estas unidades no producen, en principio, un excedente para vender en el mercado y apuntan principalmente a la reproducción simple de sus recursos. **Las unidades de subsistencia**, tienen

4.2 El proceso emprendedor

Agregado a lo anterior, existen factores que inciden en el proceso de emergencia de los emprendimientos⁵, proceso que va desde la identificación y conceptualización de la oportunidad de negocios hasta la movilización de los recursos necesarios para materializar la oportunidad en un nuevo emprendimiento. (Kantis, Angellelli y Gatto, 2000) Los autores, en “*Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: ¿De qué depende su creación y supervivencia?*” exponen factores factibles de ajustarse a la realidad de las unidades de economía social, en tanto hacen referencia tanto al emprendedor en sí mismo, como también al proceso emprendedor en el que inciden el entorno, las instituciones, el contexto macroeconómico, la estructura de los mercados, las regulaciones públicas y las políticas estatales, entre otros. Realizan un análisis de diversos enfoques teóricos que tratan la empresariedad, a partir del cual desarrollan un “enfoque ecléctico”, en el que plantean cinco categorías de factores que inciden en su creación y reproducción: **los mercados de factores y condiciones macroeconómicas; la estructura y dinámica de la industria; el capital social; los aspectos personales y el marco regulatorio.**

Por su parte, Jiménez (2006) en “*Influencia del entorno en la creación de empresas*”, analiza la influencia de dos dimensiones que podrían enmarcarse dentro de las categorías aportadas por Kantis, et al. (2000); estas son: **los programas de ayuda pública y las redes sociales.**⁶

por objetivo la producción y comercialización en el mercado de bienes y servicios para la reproducción de la mano de obra, empleando tanto trabajo familiar, como asociativo remunerado. Dada la escasez de capital de estas unidades económicas, la venta de bienes o servicios sólo permite tener un ingreso que alcanza para la reproducción simple de sus recursos productivos (capital y trabajo). En este caso, si bien existe una remuneración de trabajo, la misma no siempre es monetaria (puede ser en especies). La mayor parte de estos emprendimientos se hallan ubicados en el sector informal de la economía. **Las unidades capitalizadas**, por su parte, producen y/o comercializan en el mercado, bienes y servicios, con el objetivo de “mejorar la vida”. Revisten forma unipersonal, familiar o asociativa (bajo diversas formas jurídicas como sociedades civiles, cooperativas, uniones transitorias de empresas, etc.) y el trabajo es remunerado en forma monetaria. Dado que se basan en formas laborales solidarias, no salariales, con una lógica redistributiva de los beneficios y no acumulativas, la racionalidad económica consiste en la maximización de un ingreso monetario, parte del cual va a reinvertirse en la actividad, iniciando así un proceso de reproducción ampliada. (Caracciolo Basco y Foti Laxalde, 2003: 91

⁵ Kantis, Hugo Angelelli, Pablo y Gatto, Francisco. (2000): “Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: ¿De qué depende su creación y supervivencia?” en *Las pequeñas y medianas empresas: Entorno, estrategias y potencial transformador*, Reunión Anual de la Red PYME MERCOSUR. Instituto de Economía y Finanzas. Universidad Nacional de Córdoba.

⁶ **Con respecto al apoyo estatal**, el autor explica que el papel del Estado en la economía no es neutro, pudiendo su intervención generar efectos positivos o negativos en las actividades económicas. El mismo debería tener en cuenta principalmente dos aspectos: el factor humano, y; en segundo lugar, que el proceso de creación de empresas posee diferentes problemáticas o necesidades de acuerdo a la fase que se intenta apoyar. Con esto se plantea que los programas de ayudas públicas, orientados a la creación de empresas, deben concebirse dentro de un marco sociocultural y económico, no exclusivamente financiero. **Con respecto a las redes sociales**, Jiménez (2006) expone que las redes de los empresarios consisten en las relaciones que establecen éstos con otras personas externas a la nueva empresa, Además expone, siguiendo el aporte de algunos investigadores (Kamm y Nurick, 1992; Larson y

En tanto, Shapero (1984) con relación a si los empresarios nacen o se hacen?, desarrolla un modelo de formación de las empresas sociales. Plantea que la creación de organizaciones es un evento contextual, resultado de la influencia de factores culturales, económicos, sociológicos y psicológicos. (Shapero, 1984; en Kantis, Angelelli y Gatto, 2000). En su modelo expone cuatro condiciones necesarias, pero no suficientes, para que un evento empresarial ocurra; estas son: **desplazamiento:** Cada acto empresarial se inicia a partir de un cambio en la trayectoria de vida de las personas; para que ello ocurra, las personas deben considerar la carrera empresarial deseable y factible; **disposición a actuar/credibilidad en la acción:** depende de ciertas características del empresario, de la existencia de modelos de rol (ejemplos creíbles) y de un contexto estimulante. La educación y los antecedentes laborales constituyen dos elementos de relevancia para explicar la disposición a actuar; y **disponibilidad de recursos:** para concretar la creación del emprendimientos, el emprendedor debe tener u obtener recursos; ya sea que provengan del ámbito local, que se obtengan a partir de la red de contactos personales, y los que surgen a partir del esfuerzo individual.

Según Formichella (2004) ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y, de esa manera, generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. Las motivaciones de los emprendedores pueden ser tanto económicas como no económicas; en efecto la necesidad de desarrollo y realización personal así como el deseo de contribuir a la sociedad son también motores para iniciar un nuevo emprendimiento (Berger y Roitter, 2003) La diferencia entre el emprendedor y el individuo común la establece su actitud, su capacidad de crear. El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, con propensión asumir riesgos y enfrentar problemas, con la tolerancia al trabajo duro, con la capacidad de planeamiento y flexibilidad, entre otras de las principales capacidades emprendedoras (Formichella, 2004; Kantis, Angelelli y Gatto, 2000) Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dejarse vencer por temores. Las cualidades de los individuos se van formando a lo largo de su vida y las características que el individuo posee en forma innata se

Starr, 1993; Aldrich, Carter y Ruef, 2002; Planellas, 2003) que las redes sociales son un factor determinante en la percepción de oportunidades de empresa.

van potenciando, disminuyendo, o complementando, a medida que el individuo se va socializando. (Formichela, 2004: 20)

Es sabido que los individuos se socializan a través de dos procesos. Por una parte, existe la socialización primaria, que el individuo experimenta en sus primeros años de vida a través de la relación con las personas que tienen contacto directo con él, y forma parte de la historia de cada individuo. Por otra, aparece la socialización secundaria, la que tiene lugar cuando el niño entra en contacto con otras personas y comienza a involucrarse en instituciones sociales, fundamentalmente a partir del juego, la educación formal, la recreación institucional y social, la religión, el deporte, el trabajo, y todo otro vínculo que se entabla en el entorno vital. En la sociedad, encuentra nuevos modos de comportamiento y reglas de convivencia; (Berger y Luckman, 1972) En dicho proceso de socialización están incluidas todas las interacciones que el individuo realiza con otras personas o instituciones de la sociedad. Por lo que, vale plantear que el desarrollo de los emprendimientos sociales está influenciado por la trayectoria previa de los emprendedores, en términos de aprendizaje, valores, grupos de pertenencia, actividad y/o categoría ocupacional previa, saberes acumulados, comportamientos, entre otros. Se retoma en ello el aporte de diversos autores con relación al fenómeno de la "empresarialidad" (Baume: 1992; en Kantis, Angelelli y Gatto: 2000: 24)

Desde esta perspectiva, es válido pensar que los habitantes de una ciudad netamente turística poseen conocimientos adquiridos a partir de la experiencia, los vínculos, el aprendizaje y las lecturas de la realidad turística que realizan durante años de convivencia con el fenómeno en su cotidianeidad; a lo largo de su vida van desarrollando conocimientos tácitos que se pueden transformar en un capital intangible a la hora de implementar la idea de un emprendimiento orientado a dicha actividad, combinados con el conocimiento codificado adquirido a través de manuales de procedimientos, normas de uso de los recursos, metodologías obtenidas por la vía de cursos, asesoramiento recibido, capacitación *ad hoc*, etc. Lo anterior se complementa con lo planteado por Hintze en "*Capital social*" (2005), cuando expresa que los comportamientos de los sujetos sociales son conformados -y a la vez conforman- alternativas que se les presentan como posibilidades objetivas y operan como "restricciones paramétricas" a su accionar. (Hintze, 1989 en *Capital social* 2005: 3).

Así, la idea de "estrategia" no remite sólo al plano de lo económico. Las acciones de los emprendedores se conforman en lo que Bourdieu denominara "habitus"; en tanto organizador de la experiencia, este concepto enfatiza que las relaciones económicas entre clases y grupos

sociales no son independientes de las instancias ideológicas, culturales y políticas constitutivas de lo social. (Gerlero y Taranda, s/f)

Por lo tanto, desde una visión que se inspira en la Socioeconomía, cabe considerar que en el circuito productivo o de prestación de un servicio, no sólo se computan las fases del mismo, de compra, producción y venta, sino que además en dicho circuito se expresan y hacen visibles las prácticas subjetivas de los actores económicos que producen o prestan el servicio, las que resultan de su historia, de su visión de las cosas, de su aprendizaje previo, su cultura, los vínculos que tejen con pares y con organizaciones públicas y privadas, etc. (Burkun y Spagnolo, 1985).

Ello hace que a los efectos de la investigación se deje de lado el paradigma neoclásico de análisis económico, según el cual el sujeto económico es un ser racional que busca la maximización de los beneficios o satisfacciones, cuenta con información perfecta y decide a partir de elecciones puramente racionales, para adoptar un paradigma que reconoce situaciones y comportamientos diversos en los que se traduce la especificidad de los agentes económicos, los cuales son a la vez actores sociales operando en forma individual o a través de organizaciones colectivas, con información imperfecta o incompleta y que no siempre actúan de modo perfectamente racional. (Kosacoff, 1997, Landriscini, 2001) Los sujetos económicos son reales, concretos, y dependientes de circunstancias geográficas, históricas, temporales y sociales. (Landriscini, 2005)

Por último, en esta instancia es válido diferenciar entre un emprendedor y un emprendedor social. Paladino et al (2006) en *“Emprendedores sociales y empresarios responsables” como así también Berger y Roitter (2003)* plantean que no es fácil describir a un emprendedor social ya que existen numerosas definiciones acerca de esta figura del campo social; y toman la caracterización de Gregory Dees (2001), quien recurriendo a otros autores plantea que los emprendedores sociales son agentes de cambio en el sector social debido a las siguientes cualidades que los caracterizan: adoptan la misión de crear y sostener valor social; reconocen y persiguen incansablemente oportunidades para realizar esa misión; se involucran en un continuo proceso de innovación, adaptación y aprendizaje; actúan sin sentirse limitados por los recursos con los que cuentan en un preciso momento; y demuestran transparencia en la rendición de cuentas a sus diferentes grupos de interés.

4.4 Los emprendimientos de la Economía social y el capital social

Si bien los micro-emprendimientos -en general- se caracterizan por disponer de un escaso capital económico, poseen mayoritariamente capital social, entendido como red duradera de

relaciones, o pertenencia a un grupo con vínculos permanentes y útiles basados en intercambios materiales y simbólicos. El capital social resulta igualmente convertible, bajo ciertas circunstancias, en capital económico (Bourdieu, 2000: 148).

Kliskberg (2002), por su parte, hace referencia al capital social, entendiéndolo como uno de los tres tipos de recursos de los que disponen las personas para satisfacer sus necesidades; considera los recursos como tipos de capital, mencionando los tradicionales (recursos naturales, infraestructura, capital comercial y financiero), el capital humano (calidad de los recursos humanos) y el capital social (elementos cualitativos tales como valores compartidos, cultura). En tanto, La Serna (2004) entiende al capital cultural como la disponibilidad en las personas y grupos sociales de un bagaje de conocimientos y experiencias que los dotan de posibilidades para interpretar el contexto, para el análisis de las situaciones, para la identificación de nuevas modalidades y estrategias de acción frente a la crisis. Sin embargo estos recursos no están disponibles sin un esfuerzo de activación. La respuesta frente a la crisis demanda a la vez de la construcción de un capital social, esto es de tramas de relaciones y de modos de organización que permitan emprender y sostener nuevos valores y prácticas. (La Serna, 2004)

Como fuera mencionado, el proceso de satisfacción de las necesidades humanas modifica la naturaleza y a la vez al hombre; en dicho proceso el hombre aprende, crea objetos, los transforma y se transforma a sí mismo. Establece relaciones con las cosas y los demás hombres, sólo o en cooperación, para lo cual se da formas de organización que expresan armonías y/o conflictos sociales o ambientales (naturaleza-sociedad). (Landriscini, 2005). Cuando, por la forma en la que se satisface una necesidad determinada, se estimula y contribuye a la satisfacción de otras necesidades, se está haciendo referencia a un satisfactor sinérgico. Al respecto, entre otros aportes, Max Neef en su modelo de “Desarrollo a escala humana” menciona que la autodependencia es la capacidad de los diferentes grupos e individuos para decidir sobre sus propios recursos y regular sus destinos, lo que garantiza un uso de excedentes no discriminatorio ni excluyente. (Max Neef, 1993) Al plantear la autodependencia, explica que esta debe ser entendida como interdependencia horizontal, concepto que remite al de articulación en redes. (Aruguete, (s/f); en Abramovich, 2003).

Si se vincula el concepto de capital social con el momento de creación de una nueva empresa, en la mayoría de los casos, ella requiere del apoyo emocional y/o económico de otros individuos para lograr su puesta en marcha. Así, durante el proceso de creación de una empresa, el fundador busca apoyarse en sus redes sociales. En este contexto, las redes sociales se entienden como las relaciones emocionales o comerciales que el empresario posee o construye

con otros individuos. Es decir, las redes sociales del empresario son el conjunto de relaciones de éste con su entorno (García y Marco, 1999; en Jiménez, 2006)

Según lo expuesto por varios autores, (Leitão, 2004:114 en Jiménez, 2006) diferentes investigaciones sobre las redes sociales las presentan como esenciales en el proceso de creación y desarrollo de la empresa, Birley (1985), por su parte, ha estudiado el rol de las redes formales (bancos, instituciones) e informales (amigos, familiares, otros empresarios) encontrando que los emprendedores descansan fundamentalmente en el segundo tipo de relaciones.(Birley, 1985; en Kantis, Angellelli y Gatto, 2000; Van de Ven et al. 1984, en Jiménez, 2006)

Se entiende, además, que la pertenencia a redes genera sinergias que acercan al logro de autosostenibilidad en dos sentidos: por un lado, brinda una base para la obtención (mediante el intercambio) de recursos de diversos tipos, a la vez que mejoran la creatividad en el desarrollo de estrategias; por el otro, constituyen un espacio vital desde el cual desatar y sostener las luchas políticas y culturales que resulten necesarias, para exigir el otorgamiento de recursos, y cambios en las políticas públicas en los distintos niveles de gobierno. Constituyen lo que se denomina “capital sinérgico”. (Boisier, 1998; en Abramovich, 2003).

4.5 .Los emprendimientos, el sector turístico y el desarrollo local.

Siguiendo a Burne y Dachary, puede concebirse al turismo como una “actividad compleja” capaz de transformar una realidad local, regional o nacional. (Burne y Dachary, 1998:65). San Carlos de Bariloche es un claro ejemplo de destino turístico, donde la actividad líder ha configurado la realidad de la ciudad y de sus habitantes, quienes en su mayoría dependen de su dinámica.

Según Roberto Sartoris (2004)⁷, las empresas turísticas, particularmente las Micro y PyMEs, están insertas en un escenario económico caracterizado por: la agresividad, con un nivel de competencia cada vez más desarrollado, la turbulencia del entorno, y la incertidumbre, que genera oportunidades y amenazas, en forma continua.

Los emprendimientos sociales, como las micro y PyMes turísticas deben ser competitivos y eficientes para insertarse en el mercado, sin perder de vista sus principios y valores. (Camilletti, Guidini y Herrera, 2005). Si bien, para los emprendimientos de la economía social su capital inicial consiste en el trabajo, el conocimiento “encarnado” en los trabajadores y sus sistemas de organización, la base material de la economía exige contar con medios de producción, crédito,

⁷ Sartorio, Roberto (2004) Documento de Trabajo: *Economía y Competitividad de empresas turísticas*. Fundación Turismo para Todos”, en Grunewald, Luis Alberto (2006).

tener sus propios mercados o competir en los mercados del sector privado de la economía. Por ende, las condiciones para el desarrollo de este sector no son pocas ni fáciles de enfrentar. (Coraggio, 2002)

El turismo es una actividad terciaria; sus límites no son precisos y están en permanente modificación, ya que se articula con actividades manufactureras y una diversidad de servicios conexos. El sector turismo se compone -entonces- de dos ramas centrales y de un conjunto de actividades diversas, que en esencia se asemejan a los servicios comerciales, pero que se incorporan al sector turístico en la medida que una porción importante de su clientela esté formada por turistas. (Martín, s/f) Desde esta postura, es válido pensar que los emprendimientos que ofrecen sus bienes y servicios al mercado turístico – ya sean turistas o intermediarios-, son emprendimientos “turísticos”.

El desarrollo local tiene como marco ideológico y sustento de sus propuestas al desarrollo sustentable. Las diversas definiciones establecen pautas comunes que se pueden sintetizar en tres ideas claves: la idea de situar al hombre como centro del desarrollo, la necesidad de procesos de cambio progresivo en la calidad de vida y la existencia de tres dimensiones en las que se desenvuelve el hombre y los procesos de cambio, siendo estas: la ambiental, la económica y la social. Estas dimensiones, que interactúan simultáneamente, son abstracciones teóricas, por lo que se torna imposible trabajar directamente sobre ellas, razón por la cual algunos autores que trabajan este concepto encontraron una alternativa para operacionalizarlo, y fue aplicándolo en una escala local.

Para Di Pietro Paolo, el desarrollo a escala local “*es aún una práctica sin teoría*” (Di Pietro Paolo, 2001), demostrándose así la inexistencia de una definición excluyente del mencionado concepto. Sin embargo, se pueden señalar algunos elementos teóricos comunes a la bibliografía consultada sobre el tema. En primer lugar, el desarrollo local surge como estrategia o respuesta de las localidades y regiones a la crisis global que se desarrolla tanto en su dimensión económica como en su dimensión cultural. (Di Pietro Paolo; 2001) Las condiciones de la economía globalizada traen como consecuencia las crecientes exigencias de la competencia, y la escasa capacidad en la generación de empleo; por lo tanto, ya no se trata de generar empleos de calidad y bien remunerados, el desafío planteado es simplemente generar empleo, presentándose la creación de emprendimientos como alternativas creadoras de trabajo e ingresos. (Camilletti, Guidini y Herrera, 2005) Otra característica de importancia que es expresada por diversos autores, tales como Finquellievich (2004); Albuquerque (1996)⁸; Di Pietro Paolo (2001), entre

⁸ Albuquerque (1996), en Di Pietro Paolo (2001).

otros, establece que el proceso de desarrollo local es una estrategia que toma como mecanismo dinamizador los procesos de desarrollo endógeno, el cual se asienta en el proceso de “potenciación de los recursos locales”.

En este sentido, Caracciolo Basco y Foti Laxalde (2003) mencionan que el capital social es un recurso capaz de movilizar otros recursos para facilitar y consolidar el desarrollo en un territorio determinado. Sin embargo, dichas autoras plantean que el capital social es un recurso necesario pero no suficiente, y que el eje del desarrollo local lo constituye su perfil productivo, esto es, las actividades generadoras de ingresos sobre las que es posible basar un mejoramiento de la calidad de vida de la mayoría de la población. Para que esto sea posible, el proceso económico territorial debería priorizar las formas solidarias de organización de la producción. (Caracciolo Basco y Foti Laxalde: 2003: 26)

Entonces, se debe identificar el perfil productivo del lugar, aquella actividad que difunde el crecimiento, no como un enclave sino como una mejora que se entrelaza con otros emprendimientos de la comunidad. Este perfil, puede ser diversificado o concentrado. El primero, se divide en las ciudades con más de un motor de desarrollo. El segundo, en cambio, prima en las ciudades en las cuales una rama de actividad central obra como impulsora del desarrollo local, por caso las ciudades con perfil turístico (Elgue, 2008)

Por su parte, Finkleievich (2001) expone que un elemento diferenciador de la política local/regional está constituido por *“las iniciativas que inciden sobre los aspectos cualitativos del desarrollo, que tienen carácter inmaterial*. Complementariamente, otros autores exponen que el desarrollo local implica necesariamente la asociación y cooperación entre los agentes públicos y privados (Vázquez Barquero, 1993; Finkleievich, 2004; Albuquerque, 1996; Di Pietro Paolo, 2001; Paladino, et al, 2006).

En esa línea, cabe agregar la cuestión de la identidad local, lo que se relaciona con las percepciones de los integrantes de una comunidad y con la proyección que ellos tengan sobre su futuro compartido. En función de ello, no sería apropiado asociar el término “desarrollo turístico local” exclusivamente a la dimensión económica de un destino turístico.

Finalmente, cabe señalar que el desarrollo local combina procesos endógenos y exógenos y posee, sin duda, una importante correlación con la economía social. En el desarrollo local se parte "desde abajo", y los que están abajo son, justamente, los actores de la economía social.

En esta confluencia, el Estado debería ser el encargado de propiciar consensos estratégicos e instrumentar políticas activas que, sin desmedro de la centralidad del Estado-nación, impulsen descentralizaciones efectivas de poder de decisión, recursos y capacidades. (Elgue, 2008)

5. MARCO REFERENCIAL; Error! No se encuentra el origen de la referencia.

San Carlos de Bariloche, núcleo central del turismo en la Norpatagonia Argentina, se encuentra localizada al oeste de la provincia de Río Negro, dentro del perímetro del Parque Nacional Nahuel Huapi, sobre la costa del lago homónimo.

Constituye la puerta de entrada al sector andino protegido de la provincia y es visitada por miles de turistas nacionales e internacionales durante todo el año. A su vez, es la ciudad más poblada de la Provincia de Río Negro con 109.826 habitantes⁹. Fue a partir de 1967 que el turismo pasó a ser el protagonista de la economía local como monoactividad. A partir de este momento, la vida en San Carlos de Bariloche comenzó a tener una marcada estacionalidad y con ello abruptas altas y bajas del nivel de actividad y del empleo entre las temporadas invernal y estival y el resto del año. (Abalerón en Merli y Villalba, 2001) Su desarrollo fue afectado a lo largo del tiempo por los ciclos de la economía argentina, por las políticas cambiarias, fiscales, de precios, ingresos y crédito, y fundamentalmente por las decisiones y modalidades de inversión pública y privada.

En los años '90, la política de la Convertibilidad asestó un duro golpe a la competitividad de la actividad regional como en otras áreas turísticas del país, provocando un fuerte ajuste en la estructura hotelera y de servicios al turismo y en el empleo, con graves consecuencias socioeconómicas. Como compensación, en el período cobraron notoriedad las políticas nacionales y provinciales focalizadas de asistencia social supuestamente remediales del ajuste. Posteriormente, la devaluación del peso en enero del año 2002 significó un cambio de trascendencia en los precios relativos y con ello se transformó en un positivo estímulo a la actividad turística local como del resto del país. A partir de ello, la intensificación del flujo de turistas extranjeros y nacionales, generó una nueva dinámica en el sector turístico y del transporte, en la industria de la construcción y en una gama diversa de emprendimientos orientados a atender múltiples demandas de la actividad principal.

El nuevo escenario nacional, tuvo su correlato en la realidad de San Carlos Bariloche, según los datos aportados por la Secretaría de Turismo de la ciudad. Es así que desde 1997 hasta

⁹ Según el Censo Nacional de Población y Vivienda realizado por el INDEC en el 2001.

el 2006 se destacan claramente dos períodos en su crecimiento: uno de descenso y uno de auge. El primero termina con la crisis del 2001, alcanzando el “valle” en 2002. El segundo se inicia con la etapa de recuperación de la actividad económica en general a partir de 2003, y en particular con la recomposición del tipo de cambio.¹⁰

La localización estratégica le permite a la ciudad cumplir diversas funciones en distintos períodos del año¹¹. En la temporada de invierno, como centro de estadía, en virtud del uso intensivo del Cerro Cathedral para deportes invernales de montaña, y en la temporada de verano, como destino de distribución y receptor de un turismo itinerante, en función de la cantidad y diversidad de atractivos naturales ubicados en su ejido o en su área de influencia.

Si bien, el perfil del turista difiere en cada temporada¹², existen características que son comunes a ellas. La mayoría de los turistas son residentes¹³ (67%), provenientes principalmente de la provincia de Buenos Aires (82%); mientras que los turistas no residentes (33%) son oriundos de Chile, Brasil, Estados Unidos, Europa e Israel.

Los bienes que más se adquieren en la ciudad por parte de los turistas son los dulces y chocolates, las artesanías y souvenirs, cerámicas, ropa y artículos de cuero. A pesar de la expansión del flujo de turistas y del gasto, resulta contrastante que en función de la concentración de los negocios del turismo, y las crecientes exigencias de calificación en los servicios, en los últimos años se haya incrementado la cantidad de personas excluidas del mercado laboral.

En este marco, la ciudad presenta rasgos contradictorios y notables desigualdades sociales a los que las políticas públicas, con frecuencia limitadas a lo asistencial, no aportan solución. Entre la población estable, resulta dificultoso el acceso masivo a los bienes y servicios esenciales - particularmente la tierra y la vivienda- dados los valores de alquileres y precios afectados por el propio turismo, la escasa dotación relativa de infraestructura social y de las instalaciones y conexiones de servicios básicos, las grandes distancias y un clima que agrava la situación de escasez económica.¹⁴

Ante esta situación, la creación de micro-emprendimientos ha completado la oferta de bienes y servicios a los visitantes, y se ha constituido en una de las alternativas para resolver la problemática de la autosostenibilidad, el desempleo y subempleo. Es así que durante el año 2007,

¹⁰ Se estima que en el año 2006 en plena expansión de la economía nacional, arribaron a la zona más de 840.000¹⁰ visitantes, lo que da cuenta de la dinámica de la actividad. Fuente; Secretaría de Turismo de San Carlos de Bariloche.

¹¹ Según la clasificación de centros turísticos planteado por Boullón (1990)

¹² Según los datos de la encuesta de Perfil y Gasto del Turista (EPT) realizada en Enero del 2006, por la Secretaría de Turismo de S. C. de Bariloche.

¹³ Se entiende por viajero residente a la persona domiciliada en territorio argentino, y por viajero no residente: a la domiciliada en el exterior.

¹⁴ <http://www.rionegro.com.ar/arch200511/27/amiller@rionegro.com.ar>

varias ONGs¹⁵ de la provincia de Río Negro pusieron en marcha una campaña para impulsar mediante la iniciativa popular una ley de fomento a la economía social y los mercados artesanales¹⁶.

La nueva legislación beneficiaría a pobladores rurales, artesanos y productores informales y sin beneficios sociales¹⁷. Por otra parte, el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación firmó acuerdos con las autoridades municipales locales, en el marco del Plan Nacional de Desarrollo Local y Economía Social “Manos a la Obra” con lo que se ha buscado generar acciones de promoción de la creación y comercialización de los productos provenientes de la economía social, de modo de impulsar la inserción, el fortalecimiento y la sustentabilidad de los emprendimientos.

La Subsecretaría de Economía Social de Río Negro, creada a partir de 2004, se ha propuesto rescatar las cooperativas vinculadas a la producción y reinsertar a desocupados y beneficiarios del Plan Nacional Jefas y Jefes de Hogar en la construcción, al tiempo que ha implementado programas de capacitación. Se busca con ello combatir la falta de empleo y calificación, a través de la creación de fuentes de trabajo autogestionadas, aunque con escasa intervención en el contexto en el que los emprendedores se desenvuelven.

Es así que San Carlos de Bariloche como destino turístico complejo por la diversidad de oferta de servicios que posee, (Bosch, et al, 2001), comparte la realidad de los destinos turísticos de montaña, caracterizados por la marcada estacionalidad, las dificultades para una inserción laboral estable de los sectores con menor nivel de instrucción, la inflación en bienes y servicios, según los períodos del año, y las migraciones desde localidades cercanas en busca de empleos. En ese contexto, diversos grupos humanos de los sectores populares han logrado encontrar soluciones a la falta de empleo y de ingresos, a través de la utilización de su capacidad de trabajo y de los recursos disponibles en emprendimientos propios.

6 METODOLOGÍA

La investigación que ha dado origen a este documento, constituye un **estudio de tipo exploratorio** que avanza en el conocimiento del proceso de emergencia y desarrollo de emprendimientos como fenómeno social y económico, abarcando nuevos aspectos del mismo y estableciendo **avances e hipótesis** para posteriores investigaciones. **La búsqueda de la información se desarrolló en dos etapas.** En un primer momento, se recurrió al análisis de

¹⁵ Surcos Patagónicos, Participación Ciudadana y el mercado de la Estepa Quimey Piuke, entre otros.

¹⁶ www.rionegro.com.ar/diario/2007/02/17/20072m17s04.php - 42k

¹⁷ <http://www.desarrollosocial.gov.ar/prensa.asp?idprensa=1028>

fuentes secundarias. Luego, se realizaron seis entrevistas con bajo grado de estructuración a profesionales con experiencia laboral en materia de capacitación y asistencia técnica a emprendedores locales; y finalmente, se realizaron **entrevistas abiertas a emprendedores**, en base a las dimensiones identificadas como de mayor interés y pertinencia en los marcos teórico y referencial.

La técnica de investigación utilizada fue la **entrevista en profundidad**, por su flexibilidad y bajo grado de estructuración, adaptándose a las posibilidades de comunicación de los informantes, con la cual se logró indagar en las áreas de interés, permitiendo a su vez el surgimiento de nuevas categorías de análisis. Esta técnica permitió indagar en cuestiones subjetivas del emprendedor como son: sus valores, habilidades, experiencia y vivencias en relación a la actividad turística, y acerca de las motivaciones personales y laborales, entre otras.

Las **unidades de análisis** fueron los emprendimientos sociales cuyos bienes y/o servicios son ofrecidos al mercado turístico de San Carlos de Bariloche, ya sea en forma directa a los turistas o bien a través de intermediarios; y las **unidades de observación** fueron los propietarios de cada emprendimiento.

Para la selección de las unidades a entrevistar, y considerando la naturaleza exploratoria del estudio, se consideró apropiado realizar un **muestreo no probabilístico de tipo intencional**, para la cual se seleccionaron casos representativos, considerando la orientación y aportes de los profesionales que trabajan desde el ámbito público y del tercer sector ligados a los emprendimientos de la economía social en la ciudad de San Carlos de Bariloche. La **muestra** estuvo constituida por nueve casos, dos de ellos, constituyen casos de emprendimientos asociativos y los siete restantes de emprendimientos unipersonales y familiares. En función de los objetivos propuestos en la investigación, se realizó un estudio en profundidad de cada uno de los casos seleccionados.

El tipo de abordaje elegido fue de carácter cualitativo, y se indagó sobre cada caso procurando agotar la información disponible. De las entrevistas surgieron datos, con los cuales se conformaron nuevas categorías y subcategorías para el análisis.

7. RESULTADOS-

7.1 Generalidades:

Los resultados a los que se arribó a partir del análisis de los datos obtenidos se organizaron de acuerdo al siguiente detalle: 1. *Emprendedores: aspectos personales y percepciones.* 2. *Los emprendimientos: unipersonales, familiares y asociativos.* 3. *Los*

empresarios de la economía social y el mercado turístico. 4. Los emprendimientos y los agentes externos: el estado y las organizaciones de la sociedad civil. 5. Factores que inciden en el proceso de creación y desarrollo de los emprendimientos de la economía social. 6. Factores “promotores” y “obstaculizadores” del proceso de creación de emprendimientos de la economía social.

Por razones que hacen a los límites de las ponencias, no es posible presentar el desarrollo completo de los puntos señalados, y sólo se exponen en este documento los resultados más relevantes de algunas dimensiones y las conclusiones a las que ha permitido llegar la investigación.

7.2 Factores “promotores” y “obstaculizadores” del proceso de creación de emprendimientos de la economía social

En base a la información obtenida del análisis de casos, cabe plantear que un factor por sí sólo no genera impactos de suficiente magnitud como para movilizar una o varias etapas del proceso de creación y/o desarrollo de los emprendimientos. Aparecen, con frecuencia, correlaciones entre factores y cadenas de impactos. Medir la magnitud de tales interrelaciones excede el alcance de la investigación desarrollada. En el análisis, se consideró apropiado no relacionar los factores positivos con factores de “éxito”, ni a los negativos con factores de “fracaso”, ya que tal como fuera señalado, el tipo de incidencia de los mismos se puede modificar a lo largo del proceso de creación y desarrollo del emprendimiento. A su vez, la denominación “éxito” o “fracaso” hace referencia a situaciones determinantes, cuyo análisis demanda otra investigación.

Por otra parte, identificar ciertos factores únicos como creadores del éxito o fracaso de un emprendimiento sería falaz, ya que el proceso emprendedor resulta afectado por múltiples factores simultáneos; se presentan factores externos generales, otros propios de la región, como así también los que se corresponden con la actividad turística u otras actividades vinculadas a ella; por lo que no sería válido establecer un listado de factores de “éxito” o “fracaso” generalizables y universales. Esto nos permite establecer que la creación de los micro emprendimientos es un evento contextual donde confluyen diversos factores externos e internos que se interrelacionan y se modifican a través del paso del tiempo

A partir del análisis expuesto, se considera apropiado plantear las siguientes hipótesis:

1. Existen “factores promotores” y “factores obstaculizadores” del proceso de creación y desarrollo de los emprendimientos de economía social, los que inciden en el proceso de modo diferencial, en tipo y magnitud, según el momento del ciclo del emprendimiento, pudiendo incidir en una o varias etapas del mismo.
2. Desarrollar y potenciar los “factores promotores” estimula la creación de nuevos emprendimientos y mejora su gestión; mientras que controlar y reducir los “factores obstaculizadores”, disminuye los riesgos del mismo.
3. El concepto de la Economía Social aplicado a los emprendimientos, crea y refuerza “factores promotores” del proceso de creación y desarrollo.
4. La actividad turística promueve la aparición de “factores promotores” de la creación de emprendimientos ligados a ella. Sin embargo, no existe una red de factores que contenga a los emprendedores y facilite la gestión de su unidad productiva; ni mucho menos, factores promotores de la vinculación formal de éstos con el sistema turístico.

En relación a las hipótesis planteadas, a continuación se procede a realizar una breve descripción de cada una de ellas.

La primera hipótesis buscó agrupar a los factores según su tipo de incidencia, y observar su influencia en los diferentes momentos del proceso de creación y desarrollo del emprendimiento. Como se expuso con anterioridad, lograr identificar la magnitud de la incidencia de cada factor, según la etapa del proceso, es tema de otra investigación. Esto permite pensar que las acciones de “creación de emprendimientos” realizadas por diferentes actores sociales, deben pensarse como procesos, lo que supone considerar múltiples factores interactuando y modificándose a lo largo del tiempo más allá del momento de la incubación de la idea.

La segunda hipótesis refiere a la existencia permanente de factores que inciden en el emprendimiento, a favor o en contra de los objetivos propuestos, razón por la cual es indispensable reconocerlos y trabajarlos en cada etapa. El fortalecimiento de los factores controlables por el emprendedor y la información con respecto a aquellos factores que inciden desde el contexto coopera a disminuir el riesgo del emprendimiento.

En la tercera hipótesis, a partir de la información resultante de la investigación, cabe plantear que la economía social como filosofía de trabajo, de producción, de comercialización, y como forma de vida, promueve factores que favorecen la creación y el desarrollo de

emprendimientos y reduce la incidencia de factores obstaculizadores, generando sinergias hacia el interior y exterior del emprendimiento. En función de lo anterior, resulta pertinente comparar la lógica productiva de los emprendimientos de la economía social y la de las empresas capitalistas de mercado.

La cuarta hipótesis supone que la actividad turística -por su naturaleza- genera demanda de ciertos productos por parte de turistas como de las empresas del sector, generando así oportunidades para que pequeños emprendedores elaboren bienes y presten servicios al turismo. Sin embargo, no existe una red de contención para que estos emprendimientos se incorporen formalmente al sistema turístico.

Por ello se plantea que si bien, la actividad turística crea oportunidades para la creación de emprendimientos, éstos deben subsistir a partir de sus capacidades particulares, no pudiendo acceder a fuentes de financiamiento, a información específica del sector, a capacitaciones relacionadas con la actividad, a canales formales o masivos de consumo turístico, entre otros; limitando esto a su vez su gestión y crecimiento. Con respecto a esto, puede afirmarse que el apoyo a los emprendimientos de la economía social vinculados a la actividad turística y el fortalecimiento de estrategias de vinculación entre ellos y el sistema turístico, constituyen pilares fundamentales para el impulso de una política de desarrollo turístico local.

Una nueva investigación de mayor envergadura y duración se orientará a profundizar cada una de ellas.

8. CONCLUSIONES

La presente investigación ha permitido indagar, en una fase exploratoria, un conjunto de factores que incidieron e inciden en el proceso de creación y desarrollo de emprendimientos de la economía social en un destino turístico de montaña, como es San Carlos de Bariloche. Por la metodología aplicada, se arribó a una serie de hipótesis de trabajo para nuevas investigaciones. A continuación se exponen algunas reflexiones que surgen del trabajo realizado.

Como se ha expuesto, los factores que se desprenden de las características propias de los emprendedores influyen- en su mayoría- de manera positiva tanto en el momento de gestación de la idea como en el desarrollo del emprendimiento. De las entrevistas y el análisis realizado se concluye que el emprendedor “nace y se hace”, ya que los datos permiten observar que existen características personales innatas; sin embargo, para convertirse en tal, intervienen otros factores relacionados con el conocimiento tácito generado en situaciones de socialización en distintos ámbitos laborales y de la vida. La mayoría de los casos estudiados demuestran que la educación

no formal e implícita es la que, junto con las convicciones y motivaciones personales, dieron continuidad a una idea para convertirla en realidad; siendo el sistema educativo formal incompetente al momento de brindar a este segmento de emprendedores, herramientas específicas para emprender.

Esto coincide a su vez, con que la idea de que la “subjetividad” en la generación y desarrollo de emprendimientos propios, ocupa un lugar trascendente. En todos los casos estudiados, a través de la generación de trabajo, los emprendedores han obtenido múltiples beneficios a nivel personal-subjetivo, lo que da cuenta, que muchos de los aspectos personales funcionan como satisfactores sinérgicos.

Tanto los *microemprendimientos unipersonales y familiares* como los *asociativos*, constituyen experiencias de recuperación de habilidades y capacidades de las personas. En ambos casos, los emprendimientos favorecen el desarrollo de la creatividad y la autonomía en el trabajo, por lo que los emprendedores dejan de ser empleados subordinados, para “auto-proyectarse” como emprendedores con poder de decisión y libertad.

Los emprendimientos unipersonales y familiares, en su mayoría son unidades de subsistencia, cuyo principal objetivo es la autogeneración de empleo por medio de la producción en diferentes rubros, para su posterior comercialización por medio de intermediarios- en el mercado turístico.

En los emprendimientos asociativos las iniciativas surgen de agentes externos que buscan mejorar las condiciones de vida de sectores excluidos, razón por la cual procuran trabajar a favor del involucramiento de los integrantes al proyecto y la autogestión del mismo. El hecho de que sean emprendimientos asociativos, junto con la economía social como filosofía rectora desde su fase inicial, promueve la generación de factores vinculados con valores y formas de organización que favorecen la creación y desarrollo de los emprendimientos, e inhiben parte de los factores “obstaculizadores” del proceso.

Los emprendedores unipersonales y familiares logran poner en marcha su emprendimiento a costa del esfuerzo propio, de su trayectoria y de los recursos del entorno cercano al emprendedor; pero los principales inconvenientes surgen con la comercialización y venta de los productos. Pareciera que los micro-emprendedores están destinados a construir con sus propias manos y sus escasos recursos “techos bajos”, siempre bajo de la sombra de la estructura del mercado y la competencia, la asimetría de relaciones y de precios; acentuados en los destinos turísticos debido a la desigualdad social entre visitantes y residentes.

Ante esta realidad, se considera importante tomar el ejemplo del Mercado de la Estepa, el cual dotó a sus emprendedores de un “marco comercial” en el cual pueden colocar sus productos de manera ventajosa, evitando los intermediarios y salteándose así el manoseo y el menosprecio al que estaban condenados los productores y artesanos rurales, a los que están condenados hoy en día los emprendimientos unipersonales y familiares estudiados. Esta es otra forma de ejemplificar cómo los conceptos de economía social y asociativismo se pueden transformar en acciones viables y alternativas para la incorporación de emprendedores al sistema turístico, pero bajo parámetros más igualitarios y solidarios de producción, organización y gestión.

Aparecen entonces los “factores obstaculizadores” provenientes del mercado, y aquellos ligados al rol del Estado.

Se observan dos niveles de dificultades provenientes desde el Estado: por un lado la imposibilidad de habilitar los emprendimientos para los pequeños emprendedores que no poseen los recursos para realizarlo; y por otro, aquellos emprendedores que tienen los recursos se encuentran con trabas burocráticas ligadas con excesos de tiempos en los trámites, incoherencias internas, ignorancia del personal estatal; etc. teniendo este tiempo un costo de oportunidad que se traduce en dinero no generado.

Vale remarcar una de las dicotomías vinculada con el público objetivo de las políticas estatales y los programas; y cómo ello determina en el mediano largo plazo el perfil de desarrollo de los destinos turísticos. Por un lado, a nivel de los microemprendedores, se observa que hoy en día el apoyo estatal tiende a centrarse en la ayuda a aquellos emprendedores con más posibilidades, quedando relegado el apoyo a los que menos recursos disponen. De esto se desprende que dentro del término emprendedor quedan incluidas múltiples y diversas realidades, por lo que la planificación de las acciones desde el Estado debería considerar dichas diferencias, como así también las peculiaridades del entorno físico de los emprendimientos. Por ello se considera que una política que intente apoyar y promover estas iniciativas, debe contener elementos específicos que contemplen las particulares características de los emprendedores, sus emprendimientos y su entorno.

Otra dicotomía identificada en el desarrollo de la investigación, se centra en definir el perfil de desarrollo turístico del destino y cómo resolver diversas problemáticas a través de la definición de prioridades de inversión turística. Se presentan al respecto alternativas diferentes - pero no por ello incompatibles -: el apoyo a pocas grandes empresas de capital extranjero o nacional, y el turismo centrado en emprendedores locales. Si bien ambas alternativas son viables, resulta de interés identificar el árbol de beneficios que se obtendrían con la implementación de

ambas políticas de Estado, y optar por aquella que origine cambios sinérgicos, y promueva la autodependencia como base para el desarrollo endógeno de los destinos turísticos.

Como se pudo observar de los resultados obtenidos, los factores que inciden en el proceso de creación y desarrollo de los emprendimientos son variados, pueden modificar el tipo de incidencia y pueden incidir en una o varias etapas del proceso. Con relación a ello, lo importante es identificar qué factores afectan con mayor relevancia el emprendimiento en cada etapa del proceso, y trabajar en potenciar los positivos y disminuir o sortear los obstaculizadores. Con respecto a los factores externos, en su mayoría presentan frecuentes riesgos derivados de la incertidumbre, las asimetrías de información, la estructura imperfecta de los mercados en los que intervienen los emprendedores y, de este modo, resultan de incidencia negativa.

Por tal razón, en estos casos, se impone desarrollar acciones para reducir la influencia “negativa” a través de mecanismos diversos de intervención, y así facilitar la inserción comercial y su evolución, como también la articulación entre oferentes estimulando vínculos de competencia-cooperación y con clientes a través de ferias, oferta en espacios públicos y el uso de plataformas virtuales, entre otras posibles.

La investigación desarrollada, demuestra que la tendencia hacia el trabajo asociativo entre los emprendimientos unipersonales y familiares es prácticamente nula. Por ello, se concluye que es necesario fortalecer las estrategias de vinculación de los emprendimientos con terceros, así como con otros emprendimientos de la economía social a los que puedan ofrecer, y de los que puedan recibir, aquello que necesitan en condiciones favorables, creando “circuitos productivos”.

Materializar la economía social, a través de la creación de “circuitos turísticos solidarios” puede constituir una “innovación” en la actividad turística, promoviendo así un consumo turístico responsable. La innovación estaría centrada en el fomento de un turismo “más humano y solidario”, y en la “democratización de las oportunidades”, de modo de superar el sesgo de entender al turismo como un producto de lujo, para verlo como una actividad capaz de promover y generar cambios desde lo social. Desde esta óptica y con lo hasta aquí dicho, es posible pensar en transformar la actividad turística en una herramienta que promueva la inclusión, a través del trabajo de los sectores excluidos de los destinos turísticos y de sus circuitos tradicionales de comercialización y venta. En este planteo, la economía social entra en el juego a través de la posibilidad de plasmar nuevas formas de trabajo, de producción y de distribución de excedentes en la actividad turística. Esto es, el trabajador, sus capacidades y sus necesidades como razón de ser del proceso económico.

Se espera, con lo hecho, lo cual puede consultarse en la publicación completa de los resultados de la investigación, haber realizado un aporte al estudio de los factores de creación y desarrollo de emprendimientos cuya lógica se centra en la economía social, para la puesta en práctica acciones transformadoras, específicamente en el ámbito del sistema turístico.

9. RECOMENDACIONES

A continuación se enuncian algunos lineamientos y recomendaciones que surgieron del análisis de la información obtenida. Se considera relevante:

- ☑ Incorporar la temática de la economía social dentro de la formación de la Licenciatura en Turismo.
- ☑ Trabajar en la difusión de modelos de rol y fomentar la cultura emprendedora, siendo el sistema educativo un agente indispensable para promover actitudes y competencias emprendedoras, así como los valores del asociativismo y la cooperación.
- ☑ Crear conciencia de que los emprendimientos de la Economía Social vinculados a la actividad turística son pilares fundamentales para el impulso de una política de desarrollo turístico desde lo local.

10. BIBLIOGRAFIA

- Abramovich, Ana Luz (2003) *La propuesta de Economía Social como estrategia para la reducción de la pobreza. El papel de los emprendimientos productivos sociales en la Argentina*. Beca del Programa CLACSO/CROP de estudios sobre pobreza en América Latina y el Caribe 2001-2004. Instituto de Conurbano. Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Arnaiz Burne, Stella Maris y DACHARY, César (1998) *Turismo: una conceptualización necesaria*. Documentos especiales. Estudios y Perspectivas en Turismo. Volumen 7.
- Berger, Peter y Luckman, Thomas (1972). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu. Buenos Aires, Capítulo II y III.
- Briosa, Hernán. (2008) *Entrevista con Bernardo Kliksberg: hay que vincular ética y economía*. Diario Crítica de la Argentina, Culturas. Edición Impresa (09/06/2008).
- Bonantini, Carlos y Chevez, Víctor. (2005) “Desarrollo local, economía solidaria y nuevas subjetividades”. *En Avances, nuevos desarrollos e integración regional. Memorias de las XII Jornadas de Investigación y Primer Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur*. Tomo II. Ediciones de la Facultad de Psicología. Universidad de Buenos Aires.
- Bosch, José Luis, et al. (2001). *La generación de empleo en servicios turísticos básicos de San Carlos de Bariloche. Características y factores condicionantes*. Proyecto de investigación universitaria. Facultad de Turismo. UNCO. Neuquén.”
- Boullon, Roberto (1990). *Los municipios turísticos*. Editorial Trillas. México.

- Bourdieu, Pierre (2000). *Poder, derecho y clases sociales*. Desclee de Brouwer. Bilbao.
- Borkun, Mario y Spagnolo, Alberto (1985) *Nociones de Economía Política*. Ed. Zavalía. Buenos Aires.
- Camilletti, Alfredo et. al. (2005). *Cooperativas de trabajo en el Cono Sur. Matrices de surgimiento y modelos de gestión*. Marti, Juan Pablo (coordinador). Universidad de La Plata, Argentina; Universidad de Chile, Santiago de Chile; y Universidad de la República, Montevideo. Uruguay.
- Caracciolo Basco, Mercedes y Foti Laxalde, María del Pilar (2003). *Economía Solidaria y capital social. Una contribución al desarrollo local*. Editorial Paidós, Buenos Aires.
- Cohen, Ernesto y Martínez, Rodrigo (2004). *Manual de Formulación, evaluación y monitoreo de proyectos sociales*. División de Desarrollo Social. CEPAL.
- Coraggio, José Luis (1999). *Política social y economía del trabajo. Alternativas a la política neoliberal para la ciudad*. Miño y Dávila Editores, Madrid/Buenos Aires.
- Coraggio, José Luis (2007). *Economía social, acción pública y política (Hay vida después del neoliberalismo)*, Editorial CICCUS, Buenos Aires.
- Coraggio, José Luis (2002) *La Economía Social como vía para otro desarrollo social*. Disponible en: www.urbared.ungs.edu.ar.
- Coraggio, José Luis. (2004) “Economía del trabajo”, en *La otra economía*. Antonio David Cattani (compilador). Universidad Nacional General Sarmiento. Editorial Altamira - Fundación OSDE. Buenos Aires.
- Di Pietro, Paolo Luis. (2001). *Hacia un desarrollo integrador y equitativo: una introducción al desarrollo local. Una respuesta a escala humana a la globalización*. Compiladores David Burin y Ana Heras. Ediciones CICCUS. Buenos Aires, Argentina.
- Donato, Eduardo (2003) Compilador. *Manual del alumno. Programa Jóvenes emprendedores*. Segunda edición. Córdoba, Argentina.
- Elgue, Mario. (2007). *La Economía Social, Por un empresariado nacional y democrático*. Ed. Capital Intelectual. Colección Claves para Todos, de José Nun. Buenos Aires.
- Elgue, Mario. (2008). *Economía social, economía solidaria y economía popular*. Curso: Introducción a la economía social, su articulación con el desarrollo integrado. Modalidad virtual. Fundación CIESO, Centro de la Investigación de la Economía Social. Delegación Buenos Aires.
- Elgue, Mario. (2008). *Microemprendimientos de contención y microempresas insertas en el mercado*. Curso: Introducción a la economía social, su articulación con el desarrollo integrado. Modalidad virtual. Fundación CIESO. Centro de la Investigación de la Economía Social. Delegación Buenos Aires.
- Errandonea, Alfredo y Supervielle, Marcos. (1985). *Descripción de técnicas de investigación cualitativa*. Documento interno N° 1. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Instituto de Ciencias Sociales Gino Germani. Universidad de Buenos Aires.
- Federico Sabaté,, Alberto; Muñoz, Ruth y Ozomek, Sabina (compiladores) (2005) *Finanzas y Economía Social. Modalidades en el manejo de los recursos solidarios*. Maestría en Economía Social. Universidad Nacional de General Sarmiento. Colección Lecturas sobre Economía Social. Fundación OSDE. Ed. Altamira. Buenos Aires.
- Finqulevich, Susana (2004). *Indicadores de desarrollo local en la Sociedad de la Información: una tentativa de ordenar ideas*. Programa de Investigaciones sobre la Sociedad de la

- Información. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencia Sociales, UBA. VI Taller Iberoamericano e Interamericano de Indicadores de Ciencia y Tecnología Buenos Aires, 15, 16 y 17 de septiembre.
- Formichella, María Marta (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Monografía realizada en el marco de la Beca de Iniciación del INTA: “Gestión del emprendimiento y la innovación”. Convenio MAAyP-INTA. Chacra Experimental Integrada Barrow. Tres Arroyos.
- Gallardo, Angélica; et. al. (2005). *Tecnicatura en Gestión del Desarrollo Turístico Local: la capacitación, ¿promueve cambios tendientes a facilitar el Desarrollo Turístico Local?* Facultad de Turismo. UNCO. Neuquén.
- Grunewald, Luis. (2006) *Documento técnico informativo*. Curso: Bases técnicas para mejorar la competitividad de las Mipymes turísticas. Modalidad virtual. Programa: Competitividad de Mipymes turísticas. Fundación turismo para todos. Buenos Aires.
- HVS. (2003). *Destino Argentina, borrador de discusión*. Proyecto de Asociación Civil Destino Argentina.
- Hintze, Susana (2005). “Capital social y estrategias de supervivencia. Reflexiones sobre el “capital social de los pobres”. En Danani, C.: *Políticas sociales y economía social: debates fundamentales*. Capítulo 4. Maestría en Economía Social. Universidad Nacional de General Sarmiento. Colección de Lecturas sobre Economía Social.-Fundación OSDE- Ed. Altamira. Buenos Aires.
- Hintze, Susana y Federico Sabaté, Alberto (2003) *Investigación sobre economía social. Equipo interdisciplinario del Instituto del Conurbano (ICO)*. Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Jiménez, J.J. et. al. (2006) *Influencia del entorno en la creación de empresas*. Universidad de Castilla. La Mancha. España.
- Kantis, Hugo; Angelelli, Pablo y Gatto, Francisco (2000). “Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: ¿De qué depende su creación y supervivencia?” En *Las pequeñas y medianas empresas: Entorno, estrategias y potencial transformador*. Instituto de Economía y Finanzas. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Córdoba.
- Kantis, Hugo, (editor) Angelelli, Pablo y Moori Koenig, Virginia (colaboradores), (2004) *Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo. Fundes Internacional.
- Kantis, Hugo et al. (2002) *Estudios sobre el desarrollo emprendedor: marco conceptual, resultados principales y recomendaciones de política*. PROYECTO BID/DBJ/UNGS.
- Klisberg, Bernardo (1995) *Hacia una Economía con Rostro Humano*. F. C. E. Buenos Aires.
- Landriscini, Graciela, et al. (2005) “*Instituciones, políticas y dinámica económica. Su incidencia en el desenvolvimiento de las PyMEs de tramas productivas regionales*”. Informe Final Proyecto de Investigación E/051. FAEA-UNCO.
- Landriscini, Graciela (2003) *Economía social, ¿Técnica o política?* Documento presentado y expuesto en las Jornadas 20 Años de Democracia en Río Negro y Neuquén. UNCO.
- Landriscini, Graciela, et al. (2007) Cambio tecnológico, requerimientos de los mercados y creación de competencias en una red frutícola asociativa del Alto Valle de Río Negro y Neuquén. 12a Reunión Anual de la Red PYME Mercosur. Campinas.

Las Serna, Carlos, et. Al. (2004) *La Economía Solidaria en Argentina: entre la satisfacción de necesidades y la transformación social*. Temas de Ciencia y Tecnología. Vol. II, No. 5. Secretaría de Ciencia y Tecnología, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

Martín, Xavier. (s/f) *¿Qué es el turismo?* Capítulo 1. Bibliografía de la cátedra: Economía para el turismo 2004. Facultad de Turismo. UNCO. Neuquén.

Max Neef, Manfred. (1993). *Desarrollo a escala humana*. Editorial Nordan-Comunidad. Chile.

Paladino, Marcelo; Milberg, Amalia y Sánchez Iriondo, Florencia (2006) *Emprendedores sociales y empresarios responsables*. Avina y Universidad Austral. TEMAS Grupo Editorial. Buenos Aires.

Pertierra Cánepa, Francisco; Chemello, Roberto y Bianchi, Martín (2001) *Mitos en la actividad Entrepreneur. El comportamiento ante los mismos y la creación de nuevos emprendimientos*. Maestría en Dirección de Empresas. Universidad del CEMA. Buenos Aires.

Sautu, Ruth; et. al. (2005). *Manual de metodología: construcción del marco teórico, formulación de objetivos y elección de la metodología*. CLACSO. Buenos Aires.

Taranda, Demetrio y Gerlero, Julia. (s/f). *Aportes para la definición del "campo turístico"*. Documento de trabajo N° 1. Cátedra de Sociología 2004. Facultad de Turismo. UNCO. Neuquén.

Tiribia, Lía y Sarria Icaza, Ana Mercedes (2004). "Economía popular", en *La otra economía*. Antonio David Cattani (compilador). UNGS/ Editorial Altamira. Fundación OSDE. Buenos Aires. Disponible en <http://www.urbared.ungs.edu.ar/textos/econom%EDa%20popular.pdf>

Verosísimo Veronese, Marília (Organizadora) (2007) *Economía Solidaria y Subjetividad*. Maestría en Economía Social. Universidad Nacional de General Sarmiento. Colección Lecturas sobre Economía Social. Fundación OSDE. Ed. Altamira. Buenos Aires.

Villalba Matías, et. al. (2001). *Los cordones marginales en Bariloche. La otra cara de un destino turístico*. Investigación Turística. Facultad de Turismo. UNCO. Neuquén.

SITIOS WEB CONSULTADOS

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

<http://www.desarrollosocial.gov.ar/prensa.asp?idprensa=1028>

<http://www.bariloche.gov.ar/principal.php>

<http://www.urbared.com>