

02-07-2020

Patrones de consumo turístico en la Economía Social y Solidaria en Argentina

**RODRIGO FERNÁNDEZ MIRANDA &
VALERIA LABORDA | ALBA SUD**

Primeros resultados de un estudio exploratorio y descriptivo de las prácticas turísticas de las personas que trabajan en diferentes actividades y espacios del campo de la ESS en Argentina.



Crédito Fotografía: Lago Puelo, Chubut. Irenoek, bajo licencia CC4.0.

El turismo en Argentina es una de las actividades que se verá más afectada por la irrupción de la pandemia. Muchos destinos, organizaciones, trabajadores/as y comunidades serán impactados por una fuerte reducción de la demanda y la capacidad de consumo. Aunque el panorama es incierto, el mapa del turismo argentino **estará determinado por los actores que motoricen y protagonicen acciones de transformación o de continuidad**. Si la pandemia representa un barajar y dar de nuevo, surge un espacio para introducir nuevas preguntas y reflexiones sobre las prácticas turísticas, y **emergen oportunidades y desafíos para las organizaciones de la Economía Social y Solidaria (ESS)** y para el conjunto de actores que proponen otros turismos más sostenibles y solidarios.

La **ESS** puede comprenderse como una **estrategia alternativa para la organización de la producción y el intercambio de bienes y servicios a partir de una lógica diferente a la que rige los mercados capitalistas** (Singer, 2002). Para ser efectivamente transformadora, la propuesta de la ESS deberá estar basada en una **perspectiva colectiva y democrática** de los procesos productivos (Gaiger, 2002), la **orientación al bien común y la centralidad de las personas y las necesidades de las comunidades**. Asimismo, la ESS se presenta como un sistema disruptivo que debe convivir con las dinámicas y prácticas dominantes. En este marco de diálogo, coexistencia y disputa, siendo una de las actividades más relevantes y paradigmáticas de la globalización económica, **el turismo debería tener un lugar en el espectro del análisis, la crítica y las propuestas de la ESS**.

Por su parte, el consumo turístico se encuentra fuertemente instalado como práctica social, y suele vincularse con elementos como la calidad de vida, el descanso, el ocio, el conocimiento, el intercambio cultural o el hedonismo. Para quienes tienen la posibilidad de viajar, esta práctica, además de un distanciamiento físico, también implica un alejamiento de la vida cotidiana y la rutina. Así, se trata de una actividad “des-rutinizadora” (Korstanje, 2008), que posibilita vivir un período del año bajo una percepción de libertad y de control casi total del tiempo y el espacio (Fernández Miranda, 2011).

El turismo y los trabajadores solidarios

Más allá de la relevancia de la actividad y de su arraigo sociocultural en las sociedades occidentales, desde la ESS se proponen prácticas turísticas alternativas, solidarias y transformadoras, tales como **experiencias de turismo rural, campesino, indígena y de base**

comunitaria, hoteles autogestionados, o prestación de servicios turísticos a través de la mutualidad, entre otros. Actores que ya están siendo afectados por la pandemia y tendrán el reto de buscar nuevas alianzas y estrategias para su subsistencia. Frente a este escenario próximo, **se buscó explorar las prácticas y representaciones del turismo en un público que podría considerarse potencial, latente o más afín: las personas que trabajan en diferentes actividades y espacios del campo de la ESS en Argentina.**

¿Por qué se decidió centrar la investigación en estos sujetos? La idea surgió partiendo de la siguiente premisa: se trata de un grupo que, *a priori*, podría ser más cercano a los turismos alternativos, con un mayor nivel de conocimiento, afinidad ideológica y proximidad en sus prácticas cotidianas. Estos grupos tendrían potencialmente la posibilidad de contribuir, a través de su consumo, a ampliar y a consolidar otros modos de producción y comercialización turística.



Valle de Traslasierra, Córdoba. Imagen: Ariana Sacroisky bajo licencia creative commons.

Los resultados que aquí se exponen como primer avance del estudio, son de carácter exploratorio y descriptivo. El referente empírico fue construido a partir de un muestreo no probabilístico sobre la población nacional que se encuentra trabajando en el sector social y solidario. El criterio para el muestreo fue señalado por la conveniencia o disponibilidad de estas personas a colaborar con el estudio, durante abril de 2020, en el contexto de aislamiento social preventivo y obligatorio. Para posibilitar este nivel de cobertura geográfica se utilizó un cuestionario autoadministrado de manera electrónica. Para ello se seleccionaron diferentes perfiles de trabajadores/as de dicho ámbito, que se dividieron en tres grupos: procedentes de organizaciones solidarias, el Estado o el sector educativo.

La muestra estuvo compuesta por **165 casos**, distribuida prácticamente en partes iguales entre género masculino y el femenino. Los rangos etarios de mayor concentración corresponden a los segmentos intermedios (de 31 a 50 años), mientras que la dispersión geográfica se concentró en las cuotas de las regiones metropolitana y central del país. Por último, la distribución entre procedencia de ámbito de trabajo fue: 44,8% organización solidaria, 29,4% ámbito estatal y 25,8% ámbito educativo.

Aproximación a las prácticas turísticas de trabajadores de la ESS

En un primer acercamiento a las prácticas turísticas de las personas que trabajan en el campo social y solidario en Argentina se observó que **este grupo tiene el hábito y la capacidad para**

el desplazamiento físico en su período vacaciones: el 94% de los consultados afirmó que generalmente viaja durante sus vacaciones, en su amplia mayoría, junto a miembros de grupos primarios, como parejas o familias con o sin hijos.

A continuación, a través de una pregunta de opción múltiple se preguntó sobre los criterios que tienen en cuenta para la decisión sobre dichos viajes. El criterio más reiterado como primera opción fue “el precio, que se ajuste a mi presupuesto”. Los siguientes criterios seleccionados en orden de relevancia fueron: “entornos naturales”, “visitar lugares nuevos” y “tranquilidad, poca afluencia de turismo masivo”. Estas motivaciones primarias no mostraron diferencias en los subconjuntos por género, región y rango etario.

La cuestión de la “tranquilidad” y la poca afluencia de personas en los destinos podría entenderse como una primera singularidad de estos consumos, en los que se suelen elegir destinos no masificados. Por el contrario, el turismo masivo es una modalidad dominante en la que se consume un paquete rígido y uniforme, generalmente en espacios de sol y playa, nieve y montaña o patrimonio cultural (Osorio García, 2010). En Argentina una parte importante de los flujos de turismo interno se concentran en destinos masificados, que a su vez crecieron en 2019 y los primeros meses de 2020. Estos destinos se ubican principalmente en la provincia de Buenos Aires, Córdoba, la Patagonia y Entre Ríos. Durante la primera parte de la temporada 2020 estas ciudades tuvieron un crecimiento de entre el 12 y el 15% respecto a 2019, con picos de ocupación superiores al 90% de la capacidad.

En el otro extremo de las prioridades, los criterios de consumo menos elegidos fueron: “motivos religiosos o espirituales”, “conocer a otras personas” y “motivos familiares”. Si a estos dos últimos criterios se le añade que casi el 80% de las personas consultadas afirmó no conocer previamente a personas en los destinos que elige, se puede deducir que, aunque una gran parte viaja con integrantes de sus grupos primarios, las relaciones sociales tienen poca vinculación con las motivaciones y la toma de decisiones sobre los viajes.

Directamente después de los criterios antes destacados, se encuentran como menos valoradas las opciones de “impacto social y económico” e “impacto ambiental”. Esto permite afirmar que, **en las prácticas turísticas de estos actores no se priorizan los impactos que genera esta actividad en las economías, sociedad y entornos naturales locales.** En este punto se identifica un contraste con el programa ideológico de la ESS, directamente vinculada con el ámbito local, que se entiende como una base central para la acción colectiva transformadora (D’ávila Schüttz, 2009). Los valores, ideas, objetivos y prácticas de la ESS apuntan a un desarrollo local sostenible (Fernández Miranda, 2020), por lo que tienen preeminencia los impactos de las actividades sobre las comunidades locales.



Mapa de ideas. Fuente: elaboración propia en base a los resultados del estudio.

Retomando una de las premisas de partida del estudio, los datos anteriores permiten pensar, en primera instancia, en la posibilidad de **un distanciamiento o una disociación parcial entre las prácticas de consumo turístico de las personas consultadas y las críticas y propuestas del sector en el que trabajan**. Dicho de otra forma, el consumo turístico de estos sujetos se encuentra en parte desconectado del sistema ideológico de la Economía Social y Solidaria.

Consumos en los destinos

A continuación, se consultó a los sujetos sobre el desplazamiento, el tiempo de permanencia, las formas de contratación de los viajes, los tipos de alojamiento y los destinos escogidos.

Para el desplazamiento **la totalidad de personas consultadas utilizaron transporte motorizado**, más de la mitad de los casos (50,9%) utilizaron el automóvil, seguido por el avión (38,7%) y el autobús (22,1%). En cuanto al tiempo de permanencia en los destinos turísticos, el 44,8% estuvo menos de diez días, seguido de cerca por un 43,6% que permaneció entre 10 y 20 días, y muy detrás un grupo reducido (11,7%) declaró haber permanecido un período superior a los 20 días.

En cuanto a la elección de los destinos, se observa una **primacía del turismo local**: durante sus últimas vacaciones la mayor parte de los sujetos viajó dentro del territorio argentino (80,9%). Con mucha menor participación (12,1%) aparecen destinos dentro de América del Sur y finalmente en muy pocos casos se desplazaron hacia América del Norte y Europa. En línea con las respuestas sobre el peso de los entornos naturales para decidir los viajes, en los destinos elegidos se destacan, en primer lugar, la montaña y el río, después la costa marítima, finalmente los lagos y otros entornos naturales.

Estos datos muestran una coincidencia en líneas generales con las tendencias del consumo de turismo en el país durante los veranos de 2019 y 2020, en los que se observó por segundo año consecutivo una reducción sensible en los desplazamientos hacia los países limítrofes y un aumento dentro de las fronteras nacionales. Además, los viajes del turismo nacional durante el último verano en el país se centraron en las zonas balnearias, seguidas por termas y montañas (Confederación Argentina de la Mediana Empresa, 2020).

Respecto a los **tipos de alojamiento**, las alternativas más escogidas por los trabajadores/as de la ESS fueron departamento, casa o cabaña (44,2%), hotel, hostel o posada (44,2%), casa familiar o *couchsurfer* (16%) y camping o reserva (11,7%). Por último, en cuanto a las **formas de contratación de los viajes**, se destaca una concentración de medios digitales a la hora de buscar alternativas. Las opciones más reiteradas fueron: “busqué en internet y me contacté directamente” (35,9%), “por una plataforma” (32,7%), “a través de contactos y recomendaciones” (20,5%) y “cuando llegué en el mismo lugar” (16%).

Estos datos denotan, entre las personas de la ESS participantes del estudio, un grado significativo de **planificación previa de los viajes**, que posibilita tener cierto nivel de certidumbre durante las experiencias, mientras que la improvisación tiene un espacio muy limitado en las decisiones y la organización. Por otra parte, estos datos también coinciden con las tendencias en cuanto al **creciente uso de tecnologías** para definir aspectos fundamentales de los viajes (Booking, 2019; Pulso Turístico, 2020).

Con respecto a los **consumos de alimentación**, los espacios más mencionados para comer o comprar alimentos fueron, en este orden: “comía en bares o restaurantes”, “cocinaba, compraba en almacenes o pequeños comercios” y “cocinaba, compraba en supermercados”. Por su parte, la alternativa “cocinaba, me llevé la comida” fue la menos elegida para el consumo de alimentos en los destinos. El alcance del estudio no permite conocer qué tipo de gestión o persona jurídica tenían estos espacios comerciales, ni el impacto de esos consumos en los productores locales.

En cuanto a aquellos consumos vinculados a la exploración, al conocimiento y al disfrute de los lugares, 7 de cada 10 personas afirmó no haber contratado servicios de guía turística, excursiones o visitas guiadas durante su último viaje. Este dato se puede relacionar con un tipo de acercamiento a los destinos que estos sujetos mayoritariamente prefieren realizar de forma libre y directa, sin mediaciones.

Entre los **consumos culturales** las opciones más escogidas fueron la asistencia a “ferias regionales o peñas”, seguida en este orden por “festivales”, “recitales” y “eventos deportivos”. Sin embargo, el 37% de las personas consultadas no asistió a eventos o espacios específicos de consumo cultural en los destinos. Por orden de preferencia, otros consumos destacados en los lugares turísticos fueron la asistencia a “parques o reservas”, “bares”, “sitios históricos”, “museos”, “centros culturales”, “fábricas regionales”, “casas familiares” y “shopping”.

Cómo viajan quienes trabajan en Economía Social y Solidaria



El 94% viaja para sus vacaciones. Lo hace con familia o amistades y prefiere destinos naturales y tranquilos. Destinan más de medio sueldo. Tienen un alto grado de planificación y se apoyan en la tecnología.

El impacto ambiental, económico y social no se encuentra dentro de sus prioridades. Tampoco buscan vínculos sociales y evitan mediaciones con sus experiencias. Mayormente se desplaza dentro del país. Todos viajan en transporte motorizado.

Se alojan en casas u hoteles que contratan por internet. Comen en bares y asisten a eventos culturales. No contratan guías. Visitan lugares obligados como parques, museos y sitios históricos.

Fuente: elaboración propia en base a los resultados del estudio

Otro aspecto sobre el que se consultó se vincula al **esfuerzo relativo para poder financiar sus vacaciones**. En este sentido, el 51% destinó durante sus últimas vacaciones entre medio y un sueldo al financiamiento de su consumo turístico anual, seguido por el 32,3% que dedicó más de un salario y el 16,5% menos de un salario. Asimismo, de las personas que declararon haber gastado más de un sueldo, el 37% realizó viajes internacionales. Este nivel de gasto se encuentra repartido de manera equitativa por género, con un peso relativo de los segmentos etarios intermedios (31-50 años) del 67%, y con una preponderancia del 86% de viajeros procedentes de las regiones Centro y Metropolitana.

Primeras aproximaciones: práctica turística y vínculo con el sistema ideológico de la ESS

Considerando las limitaciones que presenta todo muestreo no probabilístico, en el estudio no se pudieron desarrollar generalizaciones, y las interpretaciones se orientaron a seguir modelos interpretativos que permitieron contextualizar las respuestas en la realidad de este colectivo seleccionado. En este sentido, se distinguieron hechos objetivos, actitudes y opiniones de los trabajadores y trabajadoras de la ESS con el objetivo de ordenar la interpretación de estos datos y generar un material que sirva como insumo para seguir conversando con los actores y allanar el camino para la interacción entre los distintos ámbitos de la ESS.

De los primeros expuestos emergen dos ejes para avanzar en un camino de reconocimiento.

1) Singularidades y normalidades de los viajeros de la ESS

En primer lugar, las personas que fueron consultadas para este estudio tienen el hábito y la capacidad para el desplazamiento durante sus períodos vacacionales. A este consumo, realizado una vez al año, se suele destinar en promedio más de la mitad de sus ingresos de un mes. Si se comparan estos datos con fuentes secundarias sobre las tendencias en el consumo turístico en Argentina, se identifican varias similitudes. Sin embargo, la primera singularidad que se puede encontrar es que las personas consultadas tienen la preferencia de espacios turísticos que se encuentren poco concurridos por otros turistas, alejándose de esa forma de la masificación.

Por otra parte, al momento de decidir y organizar sus viajes turísticos, estos actores muestran escaso interés en vincularse socialmente en los destinos, no van a visitar personas ni tienen expectativas de generar nuevas relaciones *in situ*. De este modo, como motivación para los desplazamientos turísticos tienen mucho mayor peso la configuración de los espacios que los vínculos.

Asimismo, en contradicción con las propuestas de la Economía Social y Solidaria que ponen en el centro los impactos que generan las actividades sobre las comunidades, una parte significativa de las personas consultadas respondieron no primar los impactos sociales, ambientales o económicos que la actividad pueda tener en los territorios y las comunidades anfitrionas para la decisión y la organización de estos consumos. Como se destacó, de estos datos se infiere una primera esfera de desconexión de estos sujetos entre el sistema de ideas, valores y propuestas de sus ámbitos de trabajo y los criterios a partir de los cuales estos definen sus prácticas turísticas.

2) Singularidades y normalidades para seguir explorando

Como bosquejo de un perfil de consumo turístico, durante sus viajes los sujetos consultados afirman buscar tranquilidad y novedad, eligen preferentemente desplazarse hacia entornos naturales y hacia destinos no conocidos previamente ni masificados. Además, sus viajes suelen tener un nivel importante de planificación a través del uso de tecnologías, mientras que, una vez en los destinos, prefieren no tener mediaciones entre los espacios y sus experiencias.



Excursiones en el filo serrano de Merlo, San Luis. Imagen Valeria Laborda, bajo licencia creative commons.

Más allá de esta aproximación a un perfil, tanto en las decisiones sobre los viajes como en los consumos cotidianos en los destinos que realizan estos sujetos no se observan marcadas singularidades. Por el contrario, los patrones de consumo descritos en el estudio no muestran en líneas generales diferencias significativas con las prácticas mayoritarias del turismo en el país. Los datos producidos en la investigación no permiten inferir cuál es el tipo de impacto que tienen los modos de consumo en los destinos de estos sujetos sobre las comunidades locales.

Estas singularidades y normalidades de las prácticas turísticas de los trabajadores solidarios sugieren un camino por recorrer en el acople de las prácticas de consumo y los principios de la Economía Social y Solidaria. La configuración del modelo turístico en el escenario post pandemia estará en parte determinada por las prácticas de aquellos grupos sociales que, a priori, cuentan con más información, sensibilidad y proximidad hacia modos de consumo críticos y transformadores.

Hasta el momento, esta primera parte del estudio permite inferir que, durante el distanciamiento de la rutina que implica el período vacacional, **no se observa un correlato marcado de las prácticas de los trabajadores/as consultados con el sistema ideológico de la Economía Social y Solidaria**. Este hallazgo da lugar a un segundo momento del estudio, a través del cual se pretende profundizar sobre los niveles de conocimiento y de proximidad que existen entre estos sujetos y las modalidades y experiencias que proponen turismos alternativos en el país.

Referencias:

Booking.com. [Booking.com releva las principales tendencias de viaje de los argentinos para 2020](#). 10/10/2019.

D'ávila Schüttz, G. (2009). Economía Social, Desarrollo Local y Alianzas Progresivas: análisis de las relaciones políticas entre actores / sujetos de movimientos populares, organizaciones sociales y gobierno municipal, en Rosario. *Revista Otra Economía*, 3(4), 83-97.

Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME). Temporada de verano récord: 31,6 millones de personas generaron un fuerte impacto en las economías regionales. *Comunicado CAME*, 07/03/2020.

Fernández Miranda, R. (2011). *Viajar perdiendo el Sur. Crítica del turismo de masas en la globalización*. Madrid: Libros en Acción.

Fernández Miranda, R. (2015). Costas, Mercancías y Derechos: hacia un Paradigma Sustentable del Turismo Costero. Construcción, Crítica y Alternativas al Modelo Dominante de Sol y Playa. En M. Encabo (Ed.) *Actas del Foro Perspectiva Innovadora de Turismo Latinoamericano en Naturaleza*. Educo Editorial de la Universidad Nacional del Comahue.

Fernández Miranda, R. (2017). Organizaciones, ciudadanía, Estado y consumo. Otro modelo de consumo: reflexiones sobre líneas de acción de la Economía Social y Solidaria en un marco neoliberal. En M. Caracciolo (Coord.). *Economía Social y Solidaria en un escenario neoliberal: algunos retos y perspectivas*. Buenos Aires: CEUR CONICET.

Gaiger, L. (2002). Avances y límites en la producción de conocimientos sobre economía solidaria en Brasil. E. J. Coraggio (Ed.). *Conocimiento y políticas públicas de Economía Social y Solidaria. Problemas y propuestas*. Quito: Instituto de Altos Estudios Nacionales.

Korstanje, M. (2008). El ocio como mecanismo de control político: tras la búsqueda mítica del triunfo. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 19.

Pulso Turístico. Argentina con destacado crecimiento de turismo interno según Expedia. *Pulso Turístico*, 21/02/2020.

Este artículo forma parte del estudio inédito “**Prácticas y representaciones del turismo de los trabajadores solidarios en Argentina**”. Se publica en el marco del proyecto «Plataforma de investigación en turismo, derechos humanos y equidad de género» desarrollado por **Alba Sud** con el apoyo de la **Agencia Catalana de Cooperación al Desarrollo (ACCD)** (convocatoria 2019).