

**TURISMO SOLIDARIO.**  
*Una perspectiva desde la Unión Europea.*

Autores:

**Tomás J. López-Guzmán Guzmán.**

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales.  
Universidad de Córdoba  
España.

**Genoveva Millán Vázquez de la Torre.**

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales.  
Universidad de Córdoba  
España

**Amparo Melián Navarro.**

Doctora Ingeniera Agrónoma.  
Universidad Miguel Hernández  
España

**RESUMEN**

El cambio en el comportamiento de los turistas está abriendo la posibilidad a crear otro tipo de turismo y otros destinos turísticos. En este artículo nos centramos en el concepto de turismo solidario, el cual se caracteriza por una mayor interrelación entre las dos comunidades implicadas, la local y los viajeros. El primer problema que planteamos es la dificultad de su conceptualización, ya que son varios los términos para referirse, a veces, a la misma tipología. Por otra parte, mostramos las principales iniciativas debatidas en foros internacionales de debate, así como la literatura existente en este campo que está abordando este nuevo tipo de actividad económica. Como principales resultados indicamos una serie de reflexiones en base a las investigaciones (algunas propias) realizadas y tres posibles futuras líneas de investigación.

**Palabras Claves:** Turismo, Unión Europea, Solidaridad, Medio Ambiente

## ABSTRACT

The change in the behavior of the tourists is opening the possibility to create another type of tourism and other tourist destinations. In this paper we analyse ourselves in the concept of solidarity tourism, which is characterized by a bigger interrelation among the two implied communities, the local and the tourists. The first problem that we outline is the difficulty of its conceptualization, since they are several the terms to refer, sometimes, to the same aspect. On the other hand, we show the main initiatives debated in international forums of debate, as well as the existent literature in this field that is approaching this new type of tourism. As main results we indicate a series of reflections based on the investigations (some own ones) carried out and three possible future investigation lines.

**Key Words:** Tourism, European Union, Solidarity, Environment

## INTRODUCCIÓN

El comportamiento psicosocial de los principales mercados turísticos receptores está motivado por la atracción, la retención y la repetición de los flujos turísticos de las regiones emisoras que buscan satisfacer las necesidades físicas y psíquicas de los turistas, tales como el descanso, la aventura, los encuentros culturales o la autorrealización en el tiempo de ocio disponible, sustentado por un tiempo libre, un destino turístico y un presupuesto que le permita conseguir una buena calidad de servicio a un precio realmente favorable. Éstos pretenden, de esta forma, conocer más destinos, ser protagonista de sus vacaciones, alcanzar una mayor autorrealización y, ante todo, buscar un contacto directo con la naturaleza en el menor tiempo posible (Barrera, 2005). En definitiva, el turista ha cambiado desde una actitud pasiva a otra activa.

En los últimos años estamos asistiendo a un cambio en la demanda turística centrada en viajes de más corta duración y de mayor frecuencia anual. A su vez, los turistas cada vez se inclinan más por conocer destinos alternativos a los ya clásicos. Ello está impulsando nuevas iniciativas que están permitiendo que se generen rentas (y empleo) en zonas hasta ahora fuera de los tradicionales circuitos, lo que está posibilitando el desarrollo en entornos principalmente rurales (aunque, en ocasiones, también en grandes urbes) de una actividad productiva complementaria (y nunca alternativa) a la ya existente, generalmente basada en el sector primario. Por tanto, el medio rural está experimentando en determinados lugares transformaciones que rompen, por un lado, con la tradición productiva local y, por otro, con la estructura económica y social de las localidades.

El fenómeno turístico, y dichas iniciativas, han provocado una reordenación natural de los distintos mercados receptores acordes a las corrientes turísticas de la demanda, y ha hecho de otros destinos emergentes un potencial para mercados especializados. De hecho, se está generando un planteamiento diferente centrado en el concepto «turismo alternativo» para dar un enfoque distinto a las vacaciones de las personas. Así, los turistas, cada vez buscan más lo auténtico y se alejan de destinos que han acabado convirtiéndose en «paraísos artificiales» y donde se ha perdido el encanto de lo natural. Por ello, el turismo alternativo busca conocer la idiosincrasia de un lugar, de una región, sus costumbres y tradiciones, su gastronomía y, por qué no, también su forma de vida. Recordemos que el turismo tradicional se caracteriza porque la relación entre el viajero y la comunidad local es prácticamente nula, limitándose, en la mayoría de las ocasiones, a pequeñas transacciones de carácter económico.

En esta línea, también se considera al turismo como una herramienta para luchar contra la pobreza. De hecho, ya existen diferentes iniciativas que consideran a esta actividad económica como uno de los instrumentos que pueden utilizar las comunidades locales para salir de esta lacra. Entre estas iniciativas, destaca fundamentalmente el Programa de la Organización Mundial del Turismo denominado ST-EP (*Sustainable Tourism-Eliminating Poverty*) que pretende ayudar, a través de diferentes programas y proyectos, a que diferentes zonas de Países en Vías de Desarrollo puedan desarrollar un turismo sostenible y que, al mismo tiempo, contribuya a luchar contra la pobreza en dicha área geográfica, para lo cual dicha organización supranacional ha publicado, hasta la fecha, cuatro investigaciones relacionadas con el turismo y la lucha contra la pobreza. A saber: «*Tourism and Poverty Alleviation*» (2002), «*Tourism and Poverty Alleviation: Recommendations for Action*» (2004), «*Tourism, Microfinance and Poverty Alleviation*» (2005) y «*Poverty Alleviation Through Tourism: A Compilation of Good Practices*» (2006).

El objetivo de este trabajo es presentar un estudio sobre la situación actual de este tipo de turismo alternativo centrado en el desarrollo de comunidades locales en Países en Vías de Desarrollo y tratado fundamentalmente desde la óptica de los países emisores como sería la Unión Europea. Para ello en este artículo se presenta, tras esta introducción, en el apartado segundo una conceptualización de los diferentes términos utilizados para denominar a este nuevo tipo de turismo y la delimitación y contenido que ha tenido en diferentes foros internacionales de debate; en el apartado tercero se muestra una revisión de la literatura existente en dicho campo; y en el apartado cuarto se expone una serie de reflexiones relacionadas con el mismo.

## CONCEPTUALIZACIÓN Y FOROS DE DEBATE

### CONCEPTUALIZACIÓN

El concepto de turismo alternativo centrado en el desarrollo sostenible de comunidades locales no tiene una definición clara dentro de la literatura científica ni en su aplicación práctica, ya que son diferentes los conceptos que se emplean para definir, a veces, la misma realidad. Incluso, la delimitación conceptual depende, en ocasiones, del lugar geográfico del interlocutor. Mostramos a continuación una revisión de la delimitación conceptual de este tipo de actividad, exponiendo los siguientes conceptos: turismo solidario, turismo comunitario, turismo responsable, turismo justo, turismo contra la pobreza, viajes de solidaridad, brigadas solidarias, voluntariado y campos de trabajo.

El turismo solidario es aquel tipo de actividad económica en el que los procesos de desarrollo se realizan esencialmente en beneficio de las poblaciones directamente afectadas y ubicadas en Países en Vías de Desarrollo, y de acuerdo con dos premisas: primera, que el turismo minimice el impacto sobre el entorno, buscando conservar el patrimonio local, las culturas, las tradiciones, el medio ambiente, etc.; y segunda, que el turismo fortalezca las sociedades locales, gracias a dinámicas económicas autónomas. Ello implica, al mismo tiempo, que debe de existir una relación muy estrecha entre el turista y los miembros de la comunidad local, ya que, incluso en ocasiones, el turista desempeña algún tipo de trabajo dentro de la propia comunidad local. Por tanto, aquí aparece un elemento clave que es la hospitalidad, la interrelación entre personas de diferentes lugares, aspecto completamente distinto del que existe en el turismo tradicional, ya que en éste prácticamente la relación intercultural entre las dos comunidades (viajeros y locales) no existe. Además, y desde el punto de vista del turista, también se menciona el concepto de solidaridad, pues la persona que visita estos lugares lo realiza con un ingrediente bastante importante de ayuda a dicha comunidad, realizando, como anteriormente hemos señalado, incluso trabajos físicos en dicha comunidad. Este concepto es el más utilizado en España y generalmente dichos periplos no son organizados por agencias tradicionales de viajes, sino fundamentalmente por Organizaciones no Gubernamentales (ONGs) de ayuda al desarrollo.

El segundo concepto a evaluar es el de turismo comunitario el cual se caracteriza por una determinada forma de organización empresarial en el destino turístico, basado en pautas de autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados para el bienestar de sus miembros. El rasgo distintivo del turismo comunitario es su dimensión humana y cultural, orientada a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes (Maldonado, 2005). El concepto de turismo comunitario es más utilizado en los mercados receptores que en los emisores.

El tercer concepto con el que nos encontramos es el turismo responsable, el cual se caracteriza por una actitud de respeto que debe de tener el viajero hacia los lugares y personas que visita. Por tanto, estos viajes han de tener un mínimo impacto ambiental, un positivo intercambio de experiencias entre las personas y la máxima equidad económica. Esta filosofía está bastante asentada en Italia. De hecho, en este país existe una larga tradición en este tipo de viajes alternativos que se vertebran a través de la Asociación Italiana de Turismo Responsable. Las características básicas que nos permiten conceptualizar el turismo responsable, según *The Internacional Centre for Responsible Tourism*<sup>1</sup>, son las siguientes:

- § La minimización de los impactos económicos, medioambientales y sociales provocados por el turismo.
- § La generación de beneficios económicos para las comunidades locales destinados a mejorar su calidad de vida, creando puestos de trabajo.
- § La involucración de la comunidad local en las decisiones de planificación turística que afecten a sus vidas y a su territorio.
- § La contribución positiva de la actividad turística para conservar la herencia natural y cultural, con la finalidad de mantener la diversidad mundial.
- § El suministro de experiencias positivas a los turistas, a través de las relaciones con la comunidad local y de la comprensión de sus aspectos culturales, sociales y medioambientales.
- § El respeto mutuo entre turistas y comunidad local.

El cuarto concepto utilizado es el de turismo justo. Éste tiene su base en la situación de marginación que, en demasiadas ocasiones, se encuentran las poblaciones receptoras de turismo, ya que suelen ser las grandes empresas multinacionales las que gestionan dichos destinos, marcando, al mismo tiempo, el modelo de desarrollo turístico de la zona. A través de este concepto se pretende que la actividad turística sea un instrumento más para el desarrollo sostenible de la comunidad, siendo, al mismo tiempo, dicha sociedad local la que dicte su propio modelo de desarrollo (Palomo, 2006). A su vez, el turismo justo apuesta por fórmulas de gestión comunitaria y de economía social, basadas en la toma de decisiones democráticas y en la redistribución de los recursos

---

<sup>1</sup> Más información sobre este centro de investigación se puede encontrar en la siguiente dirección: [www.icrtourism.org](http://www.icrtourism.org)

económicos, involucrando al mayor número de actores públicos y privados. Por otra parte, el turismo justo debe de ser respetuoso con el entorno natural, con lo cual ha de considerarse la capacidad de carga turística de la zona y, en cualquier caso, tiene que ser un turismo no masificado. Ello implica que la actividad turística debe de ser siempre una actividad complementaria, nunca principal, ya que la comunidad ha de continuar con sus actividades tradicionales, básicamente centradas en el sector primario. Junto con estos aspectos del destino, es necesario, en este tipo de turismo, que el viajero que llega sea un turista más y mejor informado, formado, sensibilizado y comprometido con la realidad que va a conocer, asumiendo sus valores, comportamientos y actitudes, y siempre tratando como igual a los demás y respetando a las personas que habitan en las comunidades locales.

El quinto concepto utilizado como turismo alternativo es el de turismo contra la pobreza. Este tipo de actividad intenta incrementar los beneficios netos que se derivan del sector turístico y asegurar que el mismo contribuya a reducir la pobreza. Esta tipología no es un producto o un sector del turismo, sino una propuesta (Ashley, Diilys y Goodwin, 2001), ya que la actividad es muy importante para muchos Países en Vías de Desarrollo y afecta a millones de personas. El turismo contra la pobreza plantea tres líneas de trabajo para incrementar los beneficios de la población de dichos países: el aumento de las oportunidades de trabajo asalariado, la creación de microempresas locales y la generación de ingresos comunitarios. Los aspectos claves que lo definen, y que nos permite establecer una determinada conceptualización del mismo son los siguientes:

- § El acceso de las comunidades locales receptoras a los mercados internacionales emisores de turistas.
- § La viabilidad comercial del proyecto turístico que se desarrolla en la zona.
- § La existencia de un marco jurídico regulador estable.
- § La implementación de los cambios dentro de la propia estructura local.

Finalmente, y aunque de forma menos habitual, en la Unión Europea se utilizan otros conceptos para referirse a algún tipo de turismo alternativo. A saber:

- Ø Viajes de solidaridad. Su finalidad es conocer nuevas realidades y proyectos de cooperación de la mano de las organizaciones que trabajan en estas áreas geográficas con el objetivo de sensibilizar a dichos viajeros de determinadas situaciones.

- Ø Brigadas solidarias. En estos viajes los brigadistas comparten los esfuerzos de las personas de la comunidad local y obtienen así las experiencias necesarias para entender cómo se trabaja de forma solidaria con cada comunidad o con cada país elegido. El tipo de actividades encomendadas a los brigadistas depende del área geográfica a la que se desplacen los visitantes, y que está determinada, a su vez, por la asociación responsable de los preparativos. En nuestra opinión, la principal diferencia entre las brigadas solidarias y el turismo solidario es que en el primer caso se está más tiempo en un lugar y se conoce mejor dicha la realidad. En el segundo caso se hace un programa más amplio en cuanto a actividades, estando menos tiempo en un único lugar.
  
- Ø Voluntariado. Este tipo de viajes consiste en que una persona o grupo de personas se desplaza a otra zona, dentro o fuera de su país de origen, con la finalidad de trabajar en un proyecto determinado de una asociación sin recibir remuneración económica por ello. Las tareas que pueden desempeñar son diversas, como, por ejemplo, impartir clases de apoyo escolar en escuelas rurales o acompañar a personas con discapacidad física o intelectual en sus vacaciones.
  
- Ø Campos de trabajo. Los campos de trabajo son actividades en las que un grupo de jóvenes llegados de diferentes lugares trabaja de forma desinteresada en un proyecto social durante tres o cuatro semanas. Las actividades que realizan son diversas como la limpieza de playas, la construcción de viviendas tradicionales o el desarrollo de actividades de carácter social. En nuestra opinión, la principal diferencia que existe entre los campos de trabajo y el turismo solidario es que en el primer caso se colabora en aquello que indique la ONG y para lo cual se requiere una formación específica previa. Por su parte, en el turismo solidario son las propias entidades locales las que gestionan y organizan todo, permitiendo un mejor conocimiento del país, de sus gentes y de su cultura, y beneficia directamente a la población local.

### ***FOROS DE DEBATE***

El concepto y el contenido de esta clase de turismo alternativo ha sido elemento de debate y reflexión en diferentes reuniones con la finalidad de desarrollar el mismo. Hasta la fecha se han celebrado dos reuniones internacionales, la primera en Francia en 2003 y la segunda en México en 2006.

El Primer Foro Internacional de Turismo Solidario y Desarrollo Sostenible tuvo lugar en Francia en 2003. En dicho Foro se definió el turismo solidario responsable como un movimiento social que busca desarrollar determinadas áreas en base a la actividad turística, implicando un desarrollo local que se construya en base a los recursos humanos, sociales, culturales, económicos y medioambientales de estas comunidades. Para llevar a cabo este movimiento es necesario, en primer lugar, implicar a la comunidad local, así como conseguir una participación voluntaria de la misma en el desarrollo turístico, para que este crecimiento sea duradero a largo plazo. Junto con esta premisa básica, un segundo elemento fundamental sería el establecimiento de relaciones estables entre todos los actores involucrados en dicho desarrollo (desde la propia comunidad local, las diferentes instituciones públicas de las áreas receptoras y las ONGs que trabajan sobre el terreno, hasta las organizaciones de los países emisores y, por supuesto, los turistas). La tercera premisa sería que los turistas fueran, con carácter previo a su viaje, informados y sensibilizados respecto de los lugares que van a visitar.

En dicho Foro se planteó que el desarrollo del turismo solidario ha de realizarse sobre dos bases diferentes: primera, la producción turística; segunda, el impacto del turismo sobre el territorio y el desarrollo económico.

En relación con la producción turística, es necesario señalar algunos elementos clave en la formulación de dicho proyecto. Así, es imprescindible que el desarrollo turístico proteja la cultura local y, al mismo tiempo, se diversifiquen las actividades generadoras de ingresos. Para ello es necesario que en los inicios del proyecto se logre una información y una sensibilización de la población local, se identifiquen los recursos y se pongan en valor, y se evalúe, el impacto del turismo en el territorio. Ello debe realizarse, siguiendo a Dollfus, Laurent y Martin-Gausset (2003), de acuerdo con una serie de etapas. La primera debe de iniciarse con el desarrollo de un proyecto de turismo solidario y responsable. Para ello hay que plantear una serie de puntos clave como la definición de los objetivos de la actividad turística, la formación de las personas encargadas de prestar los diferentes productos consumidos por los turistas (alojamiento, restauración, artesanía, etc.), el desarrollo de los canales de comercialización de este producto (ONGs, Internet, etc.) y la búsqueda de la financiación necesaria para llevar a cabo las inversiones iniciales básicas de actividad (microcréditos, ayuda al desarrollo, etc.).

La segunda etapa es la concienciación de los actores locales. En este sentido, se considera imprescindible que exista una información permanente para que toda la comunidad local, y en todo momento, conozca el proyecto turístico, sus etapas y cuáles son sus objetivos. Para ello se requiere imbricar a todos los responsables del territorio (autoridades locales, religiosas, administrativas, asociaciones, etc.) y que la dirección del proyecto recaiga sobre la propia comunidad local.

La tercera etapa se centra en la obtención de los recursos financieros para poner en marcha el proyecto. Así, podría realizarse a través de microcréditos o aportaciones al desarrollo realizadas por diferentes entidades públicas o privadas internacionales. En cualquier caso, estas inversiones deben de gozar de la máxima transparencia.

La cuarta etapa de la producción turística se encuentra en determinar el punto de equilibrio entre la oferta y la demanda turística. Para conseguir este punto de equilibrio es necesario definir correctamente el producto turístico. Éste debe de tener un elemento fundamental, el respeto a la cultura local, ya que, recordemos, parte del éxito de estos productos se basa en la idea de intercambio y de encuentro entre culturas diferentes donde cada una de las personas puede aportar algo a la otra. Para conseguir este producto es fundamental que la oferta esté perfectamente organizada y estructurada, ya que la calidad va a depender de su valor conjunto. Sin embargo, y en nuestra opinión, uno de los elementos clave es la definición del mercado en el cual se va a vender el producto. Para ello es imprescindible el establecimiento de canales de comercialización de la oferta turística que, básicamente, se van a centralizar en las ONGs y, por tanto, debe establecerse claramente cuál va a ser el papel de estas organizaciones en el desarrollo de esta tipología. También recordemos que sería misión de estas organizaciones informar y formar a los futuros turistas. Para ello consideramos que es importante utilizar las nuevas tecnologías como vehículo tanto de promoción como de comunicación. En este sentido, Internet se convierte en un elemento clave en el desarrollo de esta tipología de turismo. Sin embargo, este mercado no tendría sentido si no se delimitasen bien los roles que corresponden a los actores de los países de destino y de las naciones emisoras. Así, los actores que trabajan en los de destino deben de tener la responsabilidad de acoger a los turistas, preservar su territorio y concienciar a la comunidad local. Por su parte, los actores de los Países Desarrollados deben de informar y formar adecuadamente a los viajeros.

La quinta etapa consistiría en la evaluación continua del proyecto turístico, analizando aspectos tales como el económico, el social, el medioambiental o el cultural. Hemos de apuntar que, en nuestra opinión, la evaluación debería ser participativa con la finalidad de que todos los actores de la sociedad se considerasen parte del proyecto. Asimismo, tampoco debemos de olvidar que, en definitiva, los turistas son «clientes» y que debe de conseguirse una satisfacción de los mismos respecto al producto que han comprado, ya que, entre otras razones, de su propia experiencia (y de la publicidad que le den) puede depender la viabilidad de este proyecto.

La segunda base fundamental que se debatió en el Primer Foro Internacional de Turismo Solidario y Desarrollo Sostenible estuvo relacionada con el impacto del turismo en el territorio y en el desarrollo. En este sentido, se considera que esta actividad debe de servir para poner en valor la identidad del propio territorio y, además, para contribuir a proteger dicho patrimonio (Dollfus, Laurent y Martin-Gousset, 2003). Para ello se apunta

a que es necesario que el turismo no se convierta en un monocultivo exclusivo de la zona, sino que sea complementario de otras actividades económicas (fundamentalmente, la agricultura, la ganadería y la pesca).

El Segundo Foro Internacional de Turismo Solidario y Comercio Justo se celebró en México en 2006. En éste se aprobó un Plan Internacional de Acción de turismo solidario para el periodo 2006-2010. Los objetivos principales que persigue este Plan son los siguientes<sup>2</sup>:

- § El reforzamiento y la vertebración de las redes nacionales e internacionales de turismo solidario a través del establecimiento de un repertorio de actores por países y/o áreas geográficas que trate de delimitar todas las partes interesadas en este campo.
- § La sensibilización y la educación sobre el turismo solidario a través de la participación en actividades de promoción del mismo de forma tradicional (como sería la asistencia a ferias turísticas) o la difusión, a través de los diferentes medios de comunicación, de campañas publicitarias para promocionarlo.
- § El acceso a servicios de apoyo, centrado especialmente en la formación de gestores, públicos y privados, especialistas en este campo.
- § La articulación de las medidas necesarias para financiar los diferentes proyectos, elemento clave para conseguir la vertebración de un auténtico tejido empresarial en la zona de destino y para lo cual se requiere implicar a diferentes entidades privadas y organismos públicos de los Países Desarrollados.
- § El reforzamiento de la actividad comercializadora del producto mediante la definición del mercado donde se va a vender el producto turístico. En nuestra opinión, esta acción puede ser crucial de cara a consolidar el mismo a través de las vías de comercialización clásicas del turismo tradicional (agencias de viajes tanto físicas como virtuales).
- § El establecimiento de un sistema de garantía consistente en la introducción, en su caso, de una etiqueta que defina como marca colectiva qué es y qué no es el turismo solidario, gracias al establecimiento de un sistema de certificación

---

<sup>2</sup> El Plan Internacional de Acción se encuentra en la siguiente página: [www.fits.chiapas.gob.mx](http://www.fits.chiapas.gob.mx)

que realice una empresa independiente. Sin embargo, en este punto no todos los autores son favorables a la existencia de dicha certificación. Así, Gascón y Cañada (2005) no lo ven necesario ya que consideran que no aporta ningún valor añadido y que los costes económicos pueden ser muy elevados para las comunidades locales.

- § La articulación de medidas para evaluar y medir los impactos provocados por el turismo solidario, en base a la definición de las metodologías necesarias para determinar los impactos económicos, sociales, culturales y medioambientales del turismo solidario en cada una de las áreas geográficas receptoras, teniendo como premisa básica que los actores locales no están formados en la evaluación y medición de esta clase de impactos.

## REVISIÓN DE LA LITERATURA

La general aceptación del turismo como una actividad totalmente separada del concepto trabajo ha sido defendida en la mayoría de las ocasiones e, incluso, se han considerado como dos conceptos antagónicos: turismo y trabajo. Es decir, el turista nunca trabaja, sólo es ocioso. Frente a esta general aceptación, la literatura contiene referencias a la combinación entre trabajo y turismo. De hecho, términos tales como «*working holidays*» (Cohen, 1973) y «*farm tourism*» (Dernoi, 1983 y Pearce, 1990) describen, por ejemplo, determinadas actividades turísticas donde el trabajo, en mayor o menor medida, se configura como una actividad esencial de dichos viajes. Y, de hecho, podríamos considerarlo como un predecesor de lo que posteriormente es el denominado turismo solidario.

La primera referencia a la combinación entre trabajo y turismo se encuentra en las aportaciones realizadas por Pape (1965) que acuñó el concepto «*touristry*» para referirse a jóvenes profesionales que ocupaban parte de su tiempo de vacaciones en trabajar, pero sólo de forma marginal, y considerando siempre que era un aspecto secundario, siendo el objetivo principal el propio viaje. Por su parte, Cohen (1972 y 1973) establece una relación más clara entre estos dos conceptos, estableciendo una tipología de personas que combinan ocio y trabajo en sus desplazamientos. Así, señala, entre otros, los turistas de negocios, los empleados de operadores turísticos, los turistas de congresos o los turistas de viajes oficiales. De esta manera, acuña el concepto «*working holidays*» que se refiere a aquella forma de turismo donde los jóvenes se desplazan de un país a otro para trabajar durante cortos periodos de tiempo, generalmente durante las vacaciones escolares de verano, concepto en ciertos aspectos bastante similar al de turismo de granja, utilizado en los países anglosajones (Pearce, 1990). De hecho, aquí nos encontraríamos con uno de los conceptos anteriormente señalados como sería el de campos de trabajo.

Siguiendo a Uriely y Reichel (2000), podemos establecer una triple tipología de personas que en sus desplazamientos combinan ocio y trabajo: los profesionales; los turistas de larga duración y las personas que realizan vacaciones de trabajo. En el primer caso, profesionales, nos encontramos con aquellas personas que se desplazan a otro lugar para realizar un trabajo profesional y, al mismo tiempo, hacer turismo. Cohen (1973) señala tres clases diferentes: turismo de negocios, turismo diplomático y turismo de congresos. El turista de negocios sería aquella persona que se desplaza a otro lugar con la finalidad de realizar determinadas actividades de carácter comercial, pero que aprovecha parte del tiempo libre para realizar turismo en dicha zona geográfica. Un ejemplo serían los representantes de las diversas firmas comerciales. El turista diplomático es aquella persona que se desplaza a otro lugar, generalmente por este tipo de cuestiones, y destina parte de su viaje a realizar turismo, tanto derivado de su actividad oficial como extraoficial. Un ejemplo de ello sería cuando se desplaza alguna delegación diplomática de un país a otro para tratar asuntos de carácter bilateral. El tercer caso, turista de congresos, se define como aquella persona que tiene que asistir a determinados eventos, motivo fundamental de su viaje, pero que destina parte de su tiempo a visitar el lugar. Un ejemplo de ello sería un profesor universitario que asiste a una reunión de carácter científico.

En el segundo caso, turistas de larga duración, nos encontramos con aquellas personas que durante un largo periodo se encuentran viajando y que, en un momento determinado, necesitan trabajar como consecuencia de que ya no disponen de recursos económicos para continuar su viaje (Adler, 1985). En este caso, la motivación principal del viaje es exclusivamente visitar determinados lugares, mientras que el trabajo surge como un aspecto secundario al propio periplo debido a que tienen la necesidad de obtener dinero para seguir financiando ese viaje (Riley, 1988).

En el tercer caso, vacaciones de trabajo, nos encontraríamos con personas (generalmente, jóvenes) que viajan de un país a otro para trabajar durante cortos periodos de tiempo, principalmente durante las vacaciones (escolares) (Cohen, 1973). Ejemplos tradicionales de estas vacaciones de trabajo serían las vacaciones en granjas, en *kibbutz* o en yacimientos arqueológicos. En este supuesto, trabajar es uno de los objetivos principales de su viaje. Aunque no están ocupados completamente durante su viaje, trabajar se convierte en una parte importante de su experiencia turística (Herman, 2005). La motivación de trabajo y de turismo de estas personas se encuentra en que el trabajo es una parte más de su actividad durante el viaje, caracterizándose el trabajo como eminentemente manual y por el cual no percibe ningún tipo de remuneración y, en cuanto a las características sociodemográficas de los viajeros, son jóvenes adultos de clase media (Uriely, 2001). En nuestra opinión, el turismo solidario está plenamente relacionado con esta tipología de turistas.

Una vez realizada la correspondiente tipología del turista, la doctrina avanza en la cuestión de establecer la relación entre el turista y la propia comunidad local ya que, recordemos, uno de los objetivos de estos viajes es la interrelación que se produce y, al mismo tiempo, la ayuda que se presta a la comunidad. En este campo, aún son pocos los estudios realizados (entre otros, Mittelberg, 1988; Pizam *et al.*, 2000; Uriely y Reichel, 2000; Herman, 2005; Bringas y González, 2004). Sin embargo, entre todas las investigaciones destacamos la realizada por Mittelberg (1988) donde se estudiaba la relación entre los voluntarios de un *kibbutz* y la comunidad local. En este estudio se planteó que existía un elemento fundamental que impedía el contacto real entre ambos grupos: la importante diferencia cultural entre ellos. Junto a este elemento fundamental, también existían otros aspectos importantes, desde la óptica tanto de los turistas como de la comunidad local, que impedía una mejor relación. Así, en el caso de la comunidad local son dos los elementos que impedían esta relación: la existencia de estereotipos negativos frente a los turistas trabajadores y el considerar a los viajeros como unos trabajadores temporales que, antes o después, acabarían marchándose. Por su parte, los turistas concebían que la relación no era la adecuada debido a otros dos factores. El primero de ellos era que los representantes de la comunidad local asignaban a los turistas a trabajos que tenían una cualificación profesional mucho más baja de la que disponía el propio viajero. Un segundo factor consistía en que el turista a veces consideraba que la relación que existía entre la comunidad local y ellos era la de una simple relación trabajador-empresario, adquiriendo la comunidad local el rol de empresario y el turista el de empleado.

Estos argumentos han sido posteriormente estudiados y debatidos en otras investigaciones, y se ha demostrado (Uriely y Reichel, 2000) que la compenetración entre los dos grupos es más o menos intensa dependiendo del tipo de relación que se tenga. Así, cuando ésta sea de carácter exclusivamente económica, es más tensa. Sin embargo, cuando se base fundamentalmente en aspectos sociales, es mucho mejor, cambiando la actitud entre ambos grupos. El turista busca sobre todo en este tipo de viajes el concepto de solidaridad, y encuentra que el mismo ha sido más o menos satisfactorio en virtud de ese concepto de solidaridad y de ayuda a los demás, siempre que sea percibido de la misma manera tanto por el propio turista como por los miembros de la comunidad local.

En cuanto a uno de los elementos fundamentales anteriormente señalados, la cultura (y, sobre todo, el idioma) se ha constatado (Pizam *et al.*, 2000) que cuando los dos grupos hablan el mismo idioma las relaciones sociales entre ellos son mucho más fluidas. En nuestra opinión, esta conclusión es muy interesante de cara a determinar los lugares geográficos hacia los cuales debe dirigirse el turismo solidario, considerando a España como un país emisor. De esta manera, pensamos que de acuerdo con planteamientos de similar cultura y mismo idioma, el destino ideal para estos viajeros

sería América Latina. No obstante, y según nuestras investigaciones (López-Guzmán *et al.*, 2006) el importante incremento del precio del billete de avión en los últimos años está originando un desplazamiento en cuanto al área geográfica de destino por parte de los turistas españoles que están cambiando el destino de América Latina por el norte de África. Sin embargo, con este nuevo destino nos encontramos con el inconveniente de que se puede interactuar menos con la comunidad local debido a que ambos interlocutores hablan idiomas diferentes.

Como anteriormente hemos señalado, el turista solidario tiene una serie de características que lo diferencia claramente del tradicional. Por esta razón es imprescindible analizar tres momentos en cuanto a dichos viajes (Pizam *et al.*, 2000): la actitud previa de los turistas hacia la comunidad local, el posible cambio de actitud del turista tanto hacia la comunidad local como hacia el destino y la satisfacción de la experiencia turística.

En el primer momento, nos encontraríamos con la necesidad de que el turista tenga una actitud positiva previa a su viaje respecto a la comunidad local, y que considere que su aportación puede ser positiva, pero que también la aportación que le van a realizar a él será, incluso, más positiva. Además debe de recibir algún tipo de información (y formación) de la zona que va a visitar. En el segundo momento, es necesario que la actitud del turista cambie (en el aspecto positivo) una vez esté realizando su viaje, de tal forma que conozca (y asimile) la idiosincrasia de la gente del lugar donde está de vacaciones, considerando siempre que llega a un lugar donde las personas de la comunidad local están trabajando y, por supuesto, tratando a los mismos como iguales. El tercer momento se produce tras el viaje y no podemos olvidar que esta persona que se desplaza está realizando turismo (de hecho, utilizamos la expresión de turista), con lo cual la satisfacción de la experiencia vivida es un elemento clave para conseguir que nuevamente repita la operación en años venideros o que, sencillamente, pueda trasladar su experiencia a otras persona y, por tanto, generar la mejor publicidad que existe, el «boca a boca». Además, también el turista debe de conseguir algún tipo de vivencia relacionada con el concepto de solidaridad y de ayuda a los demás.

Por otra parte, la comunidad local también tiene que ser consciente de que la recepción de turistas va a implicar un cambio y la inserción de nuevas ideas, cambios que constantemente se están dando en todas las culturas y en todas las épocas históricas, aunque lo importante aquí sería la velocidad a la cual se va a producir dichos cambios (Caraballo, 2006).

Entre las ventajas del turismo solidario, frente al turismo definido como de masas o tradicional, encontraríamos las siguientes (Maldonado, 2005):

- El turismo es valioso para aquellas comunidades remotas en donde es difícil de encontrar otras fuentes de creación de empleo y de generación de renta.
- En la medida en que la actividad turística genera beneficios económicos, se evita acciones de depredación de la naturaleza.
- La actividad turística bien planificada y administrada encierra un importante potencial social como sería el fortalecimiento de los mecanismos internos de consulta, el de participación y de organización comunitaria o el de afianzamientos de los lazos de solidaridad y cohesión social.

Así mismo, entre los inconvenientes que podría ocasionar el turismo solidario podríamos citar los siguientes (Maldonado, 2005):

- El debilitamiento progresivo de las actividades económicas tradicionales, poniendo en peligro su propia autonomía alimenticia.
- El abandono de los usos y las costumbres locales, y el deterioro de los lugares sagrados de la propia comunidad.
- La adulteración de las auténticas expresiones culturales por razones exclusivamente de carácter comercial.
- La presión creciente sobre los recursos naturales y la degradación del hábitat natural.
- El riesgo de introducción y transmisión de enfermedades que la comunidad receptora no pueda controlar.
- La introducción de hábitos nocivos para la salud y para los valores éticos de la comunidad, como el tabaquismo, el alcohol, la droga o la prostitución.

## **REFLEXIONES Y NUEVAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN EN EL CAMPO DEL TURISMO SOLIDARIO**

El primer elemento de reflexión que apuntamos es que este tipo de turismo es, en general, más caro que los viajes tradicionales, sobre todo como consecuencia de que, en la mayoría de las ocasiones, es imprescindible la utilización del avión como medio de transporte. Por tanto, su público objetivo suele ser personas con rentas media-altas y relativamente jóvenes. Asimismo, el grado de satisfacción de estos viajes es muy grande y de ello se deriva, entre otras posibilidades, que su promoción se realice fundamentalmente a través del «boca a boca».

Un segundo elemento de reflexión es determinar cuáles son los principales motivos que llevan a los turistas a realizar este tipo de turismo. Básicamente son dos: ayudar a la comunidad local y aprender de ella (López-Guzmán *et al.*, 2006). Por tanto, la relación entre ambas comunidades es un elemento clave en el desarrollo de este tipo de turismo, ya que cuanto mayor sea la interrelación cultural y social, más elevado va a ser el grado de satisfacción del turista y, por tanto, más demandado este destino turístico. Por ello, el que exista un idioma común entre ambos actores es fundamental para su desarrollo.

Un tercer elemento de reflexión está relacionado con las propias comunidades locales receptoras. Así, consideramos que el turismo solidario puede aportar riqueza y generar puestos de trabajo en sus áreas geográficas, siendo éste, lógicamente, el aspecto más valorado por la propia comunidad local para desarrollar este tipo de actividad económica.

Un cuarto elemento de reflexión es que las propuestas que se están realizando desde los diferentes países de la Unión Europea se centran en el apoyo de todos aquellos proyectos de desarrollo turístico de las zonas geográficas donde se puede realizar el turismo solidario. Junto con estos parámetros, también consideramos que uno de los elementos clave sería la introducción del concepto «cultura» en el desarrollo de estos nuevos productos turísticos, ya que no debemos de olvidar la importancia, tanto social como económica, que tiene en los países desarrollados el turismo cultural y de cómo existe, cada vez más, unos flujos importantes de viajeros muy interesados en esta clase de destinos.

Un quinto elemento de reflexión se centraría en la necesidad, para el desarrollo de esta tipología de turismo, de crear redes regionales, nacionales e internacionales de turismo solidario. Buen ejemplo de ello es la experiencia italiana, donde a través de la Asociación Italia de Turismo Responsable, se centraliza toda esta tipología de viajes. En España, y coincidiendo con el Segundo Encuentro de Viajes Solidarios, celebrado en Guadalajara (España) en junio de 2006, se propuso la creación de una red similar a la

italiana, con el objetivo de aunar todos los esfuerzos y sinergias en este campo. Asimismo, y con la ayuda de la asociación italiana y de la francesa, se está planteando la posibilidad de configurar una gran red europea. En nuestra opinión, la creación de esta red sería uno de los pasos más importantes en el desarrollo en España del turismo solidario ya que se podrían clarificar algunos problemas muy candentes que actualmente existen como sería la nula regulación de este tipo de actividad

Un sexto elemento de reflexión sería que la aparición del concepto de globalización está cambiando completamente el concepto de turismo, al crearse nuevos destinos turísticos y «nuevos turistas». Sin embargo, se considera que estos «nuevos turistas», con mayor renta y más tiempo libre, sólo quieren consumir nuevos destinos, con independencia del lugar del mundo donde se hallen radicados, por lo cual es imprescindible que el turismo solidario no se convierta en un turismo de moda, ya que, y utilizando los parámetros básicos del desarrollo sostenible, es necesario pensar en el largo plazo y no en el corto plazo (como serían las «modas»). A su vez, estos nuevos tipos de destinos están muy influenciados por el precio y por la competencia. Si en el que analizamos se busca la solidaridad, el aprender y la interacción entre dos comunidades debería, por tanto, estar alejado de parámetros propios del tradicional, aunque como ya hemos señalado, el precio sí es un elemento fundamental a la hora de elegir el destino.

Un séptimo elemento de reflexión es que esta actividad genera riqueza y crea puestos de trabajo, pero también destruye el medio ambiente, cambia las estructuras sociales y deteriora la cultura local. En este sentido, y frente al tradicional donde se consideraba que es mejor un euro que ninguno, la comunidad local debe de valorar (incluyendo en dicha valoración todas las externalidades medioambientales, sociales, políticas y culturales) si debe de convertirse a un determinado lugar en destino turístico y, al mismo tiempo, consideramos que es fundamental que se elija bien el perfil de viajero que se quiere que llegue a estos lugares. La elección incorrecta del tipo de turista ocasiona grandes perjuicios, incluso económicos, en determinados lugares, por ejemplo de sol y playa o de ciudades históricas. En resumen, es necesario aprender de los errores de planificación que ha ocurrido en otros lugares para no volver a caer en ellos.

En cuanto a las futuras líneas de investigación en este campo que, consideramos, serían necesarias desarrollar para tener un conocimiento más profundo de esta temática destacamos las siguientes. La primera sería analizar si el turismo solidario se debe quedar en su propio nicho de mercado o traspasarlo y adecuarlo en cuanto a sus estructuras al existente en la industria turística tradicional. Consideramos esta línea de trabajo fundamental para valorar la posible evolución de esta tipología y, sobre todo, para determinar cuál podría ser el tipo de crecimiento que se podría generar en los próximos años. La segunda propuesta sería si el turismo comunitario se debe quedar en el ámbito estricto de la actividad turística o abrirlo a otras actividades, como podría ser

al campo del comercio justo. En este momento existe un importante movimiento a nivel internacional que, de alguna manera, podría vertebrar todas estas nuevas herramientas de cooperación y ayuda al desarrollo. Es decir, debería investigarse la posible interrelación y complementariedad de todos estos movimientos de apoyo al desarrollo. Finalmente, una propuesta de tercera línea de investigación sería la realización de un análisis sobre los planteamientos económicos, sociales y jurídicos necesarios para crear una red única tanto a nivel europeo como español del turismo solidario centrado en los países emisores.

## CONCLUSIONES

El turismo solidario se ha convertido en los últimos años en una alternativa clara para conseguir, y siempre utilizándose como complemento a las actividades económicas tradicionales, un incremento de la riqueza y de la creación de puestos de trabajo en determinadas áreas geográficas. Esta tipología de turismo ya está desarrollada en varios países europeos, como Alemania, Francia o Italia, y ha comenzado a surgir con fuerza en España, sobre todo en Cataluña y Madrid.

No existe una definición clara de lo que se entiende por turismo solidario. Por ello tanto en la literatura científica como en la práctica aparecen diferentes conceptos que, con algunas matizaciones, hacen referencia a esta tipología de viajes. No obstante, sí se puede mostrar una serie de características básicas del turismo solidario como sería el respeto al medio ambiente, la justicia distributiva de los recursos económicos generados o el intercambio de experiencias entre el viajero y la comunidad receptora local. Por otro lado, se considera que, en ningún caso, se debería identificar a esta clase de actividad económica con el concepto único de turismo sostenible, ya que el mismo es para todo tipo de viajes. Así, es posible presentar destinos turísticos tradicionales donde se tiene muy en cuenta la idea de sostenibilidad a través de la aplicación del concepto de capacidad de carga turística. Ejemplo de ello podría ser las la Alhambra de Granada (España).

Hasta el momento se han desarrollado dos Foros Internacionales donde se ha debatido como cuestión principal el contenido del turismo solidario. El primero de ellos se celebró en Francia en 2004 y el segundo en México en 2006. En el primero se apostó por desarrollar este tipo de actividad económica teniendo en cuenta dos pilares fundamentales, la producción turística y el impacto en el territorio y en el desarrollo. En cuanto al Segundo Foro Internacional se señalaron una serie de objetivos, entre los que destacamos el reforzamiento y la estructuración de las redes nacionales e internacionales, la sensibilización y la educación, la articulación de las medidas necesarias para financiar los diferentes proyectos y el establecimiento de medidas para evaluar y medir los impactos provocados por el mismo.

La relación entre dos términos aparentemente contradictorios como son trabajo y ocio están perfectamente identificados y estudiados en la literatura científica, por lo cual la aparición del turismo solidario no es más que la traslación de tipologías ya existentes a una nueva situación. Esta nueva clase implica, además, la importancia de la relación que debe de existir entre el viajero y la comunidad local, ya que el aprender y el trasladar su conocimiento son valores básicos en esta tipología. Por tanto, es necesario, e imprescindible, la interacción entre las dos comunidades, y para ello hay que tener en cuenta un término fundamental: la solidaridad.

Finalmente señalar que en España existen muchas iniciativas relacionadas con el turismo solidario, incluso algunas de ellas con gran tradición. La mayoría de estas iniciativas proceden de ONGs y su destino principal es América Latina. Sus planteamientos son heterogéneos y la finalidad del viaje también, pero, en cualquier caso, en todos ellos se encuentran las palabras solidaridad y respeto a otra cultura.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ø Adler, J. (1985): «Youth on the Road: Reflections on the History of Tramping», *Annals of Tourism Research*, vol. 12, pp. 335-354.
- Ø Ashley, C.; R. Dilys y H. Goodwin (2001): *Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor. A review of Experience*, Centre for Responsible Tourism, Londres.
- Ø Barrera, O. (2005): *El sector turismo de Nicaragua: actualidad y posibilidades de desarrollo. Un enfoque estratégico. 1989-2005*, Servicio de Publicaciones de la Universidad Centro Americana, Managua.
- Ø Bringas, N. y J. González (2004): «El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local en dos comunidades indígenas de Baja California», *Economía, Sociedad y Territorio*, nº 15, pp. 551-588.
- Ø Caraballo, C. (2006): *Diversidad cultural y comercio justo: un reto colectivo en contexto de un conflictivo siglo*, Documento de Trabajo del II Foro Internacional de Turismo Solidario y Comercio Justo.
- Ø Cohen, E. (1972): «Toward a Sociology of International Tourism», *Social Research*, nº 39 (1), pp. 164-189.
- Ø Cohen, E. (1973): «Nomads from Affluence: Notes on the Phenomenon of Drifter-Tourism», *International Journal of Comparative Sociology*, nº 14, pp. 89-103.
- Ø Deroi, L. A. (1983): «Farm Tourism in Europe», *Tourism Management*, nº 4, pp. 155-166.

- Ø **Dolffus, A.; A. Laurent y P. Martin-Gousset** (2003): *Tourism, Acteurs et Territoires*, en Documento de Trabajo del Primer Foro Internacional de Turismo Solidario y Desarrollo Sostenible.
- Ø **Gascón, J. y E. Cañada** (2005): *Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad*, Editorial Icaria, Barcelona.
- Ø **Herman, D.** (2005): «Hospitality and Reciprocity. Working Tourists in Dominica», *Annals of Tourism Research*, vol. 32 (2), pp. 407-418.
- Ø **López-Guzmán, T.; G. Millán y E. Sancho** (2006): Nuevas herramientas de cooperación al desarrollo. El turismo comunitario», *Boletín Económico ICE* nº 2893, pp. 31-41.
- Ø **Maldonado, C.** (2005): *Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina* en Actas de las Jornadas de Formación: Turismo Responsable, Valencia.
- Ø **Mittelberg, D.** (1988): *Strangers in Paradise: The Israeli Kibbutz Experience*, Transaction Book, New Brunswick.
- Ø **Palomo, S.** (2006): «El turismo justo y la creación de sistemas de producción de servicios turísticos responsables», *Revista Estudios Turísticos*, nº 168, pp. 7-46.
- Ø **Pape, R. H.** (1965): «Touristry: A Type of Occupational Mobility», *Social Problems*, nº 11, pp. 336-344.
- Ø **Pearce, P. L.** (1990): «Farm Tourism in New Zealand: a Social Situation Analysis», *Annals of Tourism Research*, vol. 17, pp. 337-352.
- Ø **Pizam, A.; N. Uriely y A. Reichel** (2000): «The Intensity of Tourist-Host Social Relationship and its Effects on Satisfaction and Change of Attitudes: the Case of Working Tourists in Israel», *Tourism Management*, nº 21, pp. 395-406.
- Ø **Riley, P. J.** (1988): «Road Culture of International Long-Term Budget Travellers», *Annals of Tourism Research*, vol. 15, pp. 313-328.
- Ø **Uriely, N.** (2001): «Travelling Workers and Working Tourists: Variations across the Interaction between Work and Tourism», *International Journal of Tourism Research*, nº 3, pp. 1-8.
- Ø **Uriely, N. y A. Reichel** (2000): «Working Tourists and their Attitudes to Hosts», *Annals of Tourism Research*, vol. 27, nº 22, pp. 267-283.