

## **ANEXO I. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD**

### **Anexo 1. 1. Entrevista 1. AFRIKABLE**

#### **BLOQUE 1. PRESENTACIÓN**

- 1 Nombre, nombre de la empresa, localización de la empresa, años en activo.
- 2 Lola Serra, Presidenta y Cofundadora de Afrikable ONGD. Sede de la organización: Madrid. Desarrollamos el proyecto en Lamu, Kenia. Fundada en 2009

#### **BLOQUE 2. ESTRUCTURACIÓN EMPRESARIAL**

- 3 ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?
- 4 En España 2 personas contratadas y 22 voluntarios de forma permanente. Unas 30 personas más que colaboran de manera puntual.
- 5 ¿Cuántas personas aproximadamente realizan viajes de este tipo en un año con vosotros?
- 6 Anteriormente una media de 50 personas al año. El año pasado llegamos a 100 personas, y este año estimamos que llegaremos a cubrir más de 130 plazas.
- 7 ¿Ha aumentado o decrecido la demanda en los últimos años? ¿A qué crees que se debe?
- 8 Sí, varios factores han influido:
- 9 Crecimiento del proyecto = Ampliación de plazas (de 9 a 15 por mes).
- 10 Mayor conocimiento de nuestro trabajo.
- 11 Cada vez vienen más personas recomendadas por amigos/conocidos.
- 12 Vuelos más económicos.
- 13 Mejora de la seguridad en el País.
- 14 ¿Cómo accede el turista a este tipo de viajes (agencias de viajes, ONG, asociaciones, etc.)? ¿Cómo contacta con ellos?
- 15 Los interesados nos contactan directamente o bien inscribiéndose en las plataformas de voluntariado que existe y donde estamos registrados (hacesfalta, helpUp...).
- 16 En los últimos años la mayor parte de las personas que nos contactan lo suele hacer de forma directa, escribiéndonos un correo electrónico, viniendo referidos y recomendados por amigos que ya han estado o que nos conocen. También a través de los buscadores tipo Google (estamos muy bien posicionados) o bien porque sus empresas, universidades ayuntamientos, etc... Se hagan eco de nuestro programa y lo difundan.
- 17 ¿Cuál es vuestro medio de promoción?
- 18 De forma proactiva realizamos sesiones informativas, publicamos en nuestras RRSS, difundimos nuestra labor en eventos, exposiciones, mesas redondas, etc...
- 19 También tenemos publicadas las ofertas de voluntariado/vacaciones solidarias en varios portales como comentaba en la pregunta anterior. Por otro lado, de forma reactivo, hemos aparecido en muchos medios informativos, programas de TV, Radio, entrevistas en periódicos y revistas... pero este canal

no lo trabajamos por el momento de forma proactiva, siempre son los medios los que nos contactan.

### **BLOQUE 3. EL TURISTA SOLIDARIO**

20 ¿Cuál es el perfil del turista que realiza turismo solidario?

21 Aunque vienen perfiles de todo tipo (hombre, mujeres, desde 21 años hasta más de 70 años, en familia, en pareja, en grupo, etc... el perfil más habitual es el de mujer de entre 25 y 35 años; o bien estudiantes que acaban de terminar de estudiar, personas que vienen en sus vacaciones laborales, o bien personas que han terminado su trabajo y antes de empezar una nueva etapa quieren realizar el sueño que siempre habían tenido pendiente.

22 ¿Cuáles son las principales motivaciones del turista solidario?

23 Aportar su granito de arena para hacer de este mundo un mundo mejor, y por otro lado, conocer otras culturas de una manera más intensa, conocer el funcionamiento de una ONG en su día a día. Quieren una experiencia vital

24 ¿Qué actividades realiza en el destino?

25 En nuestro caso todas las actividades son de apoyo a la organización en todos las áreas en las que trabajamos: apoyo en las escuelitas infantiles, apoyo en el comedor gratuito, apoyo en talleres con las mujeres, en comercio justo, huerto, logística, bebés, etc. etc..

26 ¿Qué destinos son los más demandados?

27 A diferencia de la gran mayoría del mercado, Afrikable no es intermediaria de ninguna organización. Somos nosotras las que desarrollamos el proyecto en Lamu, y las Vacaciones Solidarias son una parte de nuestro proyecto. Trabajamos en Lamu, Kenia.

28 ¿Durante cuánto periodo de tiempo se suelen realizar estos viajes?

29 El mínimo que ofertamos es de 14 noches, y máximo todo lo que la gente quiera quedarse :). Lo más habitual son estancias de un mes.

30 ¿Se hacen programas de formación previa al viaje? ¿Durante cuánto tiempo?

31 Se realiza un curso online obligatorio, y además tenemos sesiones formativas de 5 horas de duración, presenciales, que no son obligatorias.

32 ¿Los viajeros cumplen las expectativas esperadas durante el viaje? ¿El turista repite este tipo de viajes?

33 Realizamos una encuesta de satisfacción a todas las personas que pasan por el proyecto. El 80% de las personas que vienen a Afrikable valoran como "sobrepasadas sus expectativas", un 19% "Expectativas cumplidas, era lo que me esperaba" y tan solo un 1% se esperaba otra cosa.

34 En nuestro caso, siendo este año nuestra 8<sup>a</sup> edición, ofrecemos muchísima información en la web y en los correos que nos intercambiamos con los participantes. La gente va conociendo muy muy bien lo que se va a encontrar, para bien o para mal... :) así que quien se decide a ir es porque el proyecto le encaja en las expectativas que buscan. Luego las mujeres y los niños, el ambiente, sus risas, sus besos, el día a día, hacer el resto para sobrepasar dichas expectativas.

## **BLOQUE 4. ESTRUCTURACIÓN ECONÓMICA**

35 ¿Qué presencia crees que tiene este tipo de turismo frente al turismo tradicional?

36 No sé exactamente cifras, pero me imagino que es mínima. Está de moda, pero creo que el impacto sigue siendo mínimo frente al turismo tradicional.

37 ¿Las empresas obtienen beneficios con este tipo de viajes?

38 En el caso de Afrikable, somos una ONG, el 50% del importe que abonan los participantes se destina para cubrir sus gastos de alojamiento y manutención en pensión completa durante toda su estancia. El otro 50% se considera donativo y con ello se contribuye a mantener el área infantil (las escuelas gratuitas y el comedor también gratuito, así como becas, talleres extraescolares, etc...)

39 ¿Cuáles son los principales gastos a los que se enfrenta el turista solidario?

40 El coste de la estancia en el proyecto y los billetes de avión. Esos son los gastos principales. Luego si la persona quiere hacer excursiones, safaris, comprar suvenir, etc... Siempre supone un extra. Pero con la estancia y el billete de avión, podría realizar su viaje sin problema.

41 ¿Las empresas financian los viajes o el turista debe cubrir la totalidad de los costes?

42 En nuestro caso, el participante asume la totalidad de los costes.

43 ¿Qué beneficio económico y social obtiene la población local de este tipo de turismo?

44 Los beneficiarios directos del programa de vacaciones solidarias son los niños y niñas de Afrikable, unos 120 en total, que se benefician de educación gratuita y comedor gratuito. También el proyecto en general se beneficia del apoyo en horas de trabajo de las personas que participan en las distintas áreas, es un apoyo muy importante para la organización. La población local también sale beneficiada, puesto que en nuestro caso, fomentamos un turismo responsable, no colaborar con grandes empresas/cadenas si no beneficiar al pequeño empresario... a las personas de restaurantes pequeños y locales, excusiones organizadas directamente con la gente local, para que el beneficio repercuta directamente en ellos, sin intermediarios, etc. etc...

## **Anexo 1.2. Entrevista 2. EL PEREZOSO**

### **BLOQUE 1. PRESENTACIÓN**

- 1 Nombre, nombre de la empresa, localización de la empresa, años en activo.
- 2 Matilde Casuccio, Agencia de turismo responsable El Perezoso, León, Nicaragua, 3 años y medio de existencia.

### **BLOQUE 2. ESTRUCTURACIÓN EMPRESARIAL**

- 3 ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?
- 4 5
- 5 ¿Cuántas personas aproximadamente realizan viajes de este tipo en un año con vosotros? ¿Ha aumentado o decrecido la demanda en los últimos años? ¿A qué crees que se debe?
- 6 Entre 40 y 50 personas al año. La demanda ha subido en los últimos años. Se debe a una mezcla de factores: nuestra empresa es cada vez más conocida y presente en el mercado y la demanda de turismo solidario está creciendo
- 7 ¿Cómo accede el turista a este tipo de viajes (agencias de viajes, ONG, asociaciones, etc.)? ¿Cómo contacta con ellos?
- 8 Accede a nosotros a través de otras agencias de viajes o sólo a través de nuestra página web. Contactamos con ellos via email and skype.
- 9 ¿Cuál es vuestro medio de promoción?
- 10 Página web-marketing online.

### **BLOQUE 3. EL TURISTA SOLIDARIO**

- 11 ¿Cuál es el perfil del turista que realiza turismo solidario?
- 12 En nuestro caso hay dos perfiles.
- 13 El primero es una persona joven (16-26 años) con ganas de conocer otro mundo y dejar una huella positiva.
- 14 El segundo perfil es una persona de clase social medio-alta con buen sueldo y normalmente un buen trabajo, con una alta conciencia social y ambiental.
- 15 ¿Cuáles son las principales motivaciones del turista solidario?
- 16 Conocer otro país, aprender y vivir una nueva experiencia, ayudar.
- 17 ¿Qué actividades realiza en el destino?
- 18 Los turistas normalmente participan en proyectos de construcción, reciclaje y reforestación.
- 19 ¿Qué destinos son los más demandados?
- 20 Nosotros trabajamos sólo en Nicaragua.
- 21 ¿Durante cuánto periodo de tiempo se suelen realizar estos viajes?
- 22 Son viajes de entre 12 a 20 días.
- 23 ¿Se hacen programas de formación previa al viaje? ¿Durante cuánto tiempo?
- 24 Nosotros realizamos una formación aquí en terreno una vez recibimos al grupo.
- 25 ¿Los viajeros cumplen las expectativas esperadas durante el viaje? ¿El turista repite este tipo de viajes?
- 26 Los viajeros normalmente cumplen con las expectativas, aunque normalmente no repiten el viaje, ya que eligen otro destino.

## **BLOQUE 4. ESTRUCTURACIÓN ECONÓMICA**

- 27 ¿Qué presencia crees que tiene este tipo de turismo frente al turismo tradicional?
- 28 Creo que tiene cada vez más presencia. También creo que hay bastante controversia con respecto a este tema y sobre su impacto en las comunidades, ya que es cierto que si no está bien gestionado, puede tener efectos negativos en la población local.
- 29 ¿Las empresas obtienen beneficios con este tipo de viajes?
- 30 Sí; el beneficio económico es parte de la sostenibilidad de cada empresa y sin este sería imposible organizar este tipo de actividades.
- 31 ¿Cuáles son los principales gastos a los que se enfrenta el turista solidario?
- 32 El turista corre con todos los gastos: transporte-alimentación-alojamiento-actividades de ocio y tiempo libre.
- 33 ¿Las empresas financian los viajes o el turista debe cubrir la totalidad de los costes?
- 34 El turista cubre la totalidad de los costes
- 35 ¿Qué beneficio económico y social obtiene la población local de este tipo de turismo?
- 36 El tipo de beneficio depende del tipo de proyecto que se implemente, pero resumiendo diría que estos son los principales beneficios:
- 37 Intercambio humano entre personas locales y voluntarios; esto conlleva tener contacto con personas de otras culturas, lo cual abre la mente e enriquece tanto a la población local como a los voluntarios;
- 38 Infraestructura mejorada, como por ejemplo parque infantiles con juegos para niños y mejor infraestructura de escuelas (baños-letrinas-cocinas-eco-fogones-juegos y materiales didácticos)

## Anexo 1. 3. Entrevista 3. TUMAINI

0 Comentarte que el término Turismo Solidario no es algo que nos guste mucho porque la gente que viaja a través nuestro colabora en los proyectos de forma activa y no gestionamos ninguna actividad relacionada con turismo, eso corre a cargo de la persona que viaja. Por otra parte, sé que es el término que ahora mismo se usa y que es difícil cambiarlo pero era para ver si puedes poner nuestra opinión como anotación.

### **BLOQUE 1. PRESENTACIÓN**

- 1 Nombre, nombre de la empresa, localización de la empresa, años en activo.
- 2 Nombre: Viajes Solidarios Tumaini (somos Ong)

Localización: Madrid (no tenemos sede física pero nuestra sede social está en Pozuelo de Alarcón)

Años en activo: cuatro (desde 2013)

### **BLOQUE 2. ESTRUCTURACIÓN EMPRESARIAL**

- 3 ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?
- 4 Actualmente trabajamos dos personas a tiempo completo y una persona a tiempo parcial.
- 5 También nos ayudan personas que ya han viajado con nosotras y que les ha gustado mucho la organización y nos echan una mano siempre que pueden. Por ejemplo, para recaudar fondos, para apoyarnos en eventos o para hablar de su experiencia en los encuentros que organizamos todos los años para presentar nuestros viajes.
- 6 ¿Cuántas personas aproximadamente realizan viajes de este tipo en un año con vosotros? ¿Ha aumentado o decrecido la demanda en los últimos años? ¿A qué crees que se debe?
- 7 Tumaini es una organización pequeña, nació en 2013 y lo primero fue visitar proyectos para incorporarlos. El año pasado viajaron a través nuestro unas 150 personas. Este año, de momento, tenemos 175 personas confirmadas.
- 8 ¿Cómo accede el turista a este tipo de viajes (agencias de viajes, ONG, asociaciones, etc.)? ¿Cómo contacta con ellos?
- 9 Depende de cada persona, pero la mayoría busca en internet para realizar voluntariado internacional o viajes solidarios. También buscan en portales especializados en voluntariado como la web Haces Falta.
- 10 En nuestro caso, el boca a boca funciona muy bien, nos contacta mucha gente que son amigos de personas que han viajado con Tumaini.
- 11 ¿Cuál es vuestro medio de promoción?
- 12 Sobre todo internet y publicación de nuestros viajes en portales de voluntariado (Haces Falta, sobre todo). También a través de nuestras redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.

### **BLOQUE 3. EL TURISTA SOLIDARIO**

- 13 ¿Cuál es el perfil del turista que realiza turismo solidario?
- 14 El perfil es variado, muchas personas llevan tiempo buscando este tipo de viajes y no han logrado hacerlo.
- 15 En general, la mayoría son mujeres, entre los 25 y los 35 años y con estudios de rama social. Pero hay personas de todo tipo, desde jubiladas, estudiantes, profesionales que nada tienen que ver con los temas sociales, etc.
- 16 ¿Cuáles son las principales motivaciones del turista solidario?
- 17 La persona que viaja a través nuestro tiene ganas de ayudar, de trabajar de forma activa en el proyecto al que viaja y le interesa conocer otra realidad social distinta a la suya. Además, les gusta conocer a personas con inquietudes parecidas a las suyas y compartir el viaje ¡es una gran forma de hacer amigos nuevos!
- 18 ¿Qué actividades realiza en el destino?
- 19 Depende del proyecto, la mayoría de proyectos trabajan para dar apoyo educativo a menores. Colaboramos con centros que dan formación a niños y niñas en Perú, Bolivia, México, Indonesia y Nepal.
- 20 Otros proyectos trabajan en la protección del medio ambiente como en Bolivia, Indonesia y Nepal.
- 21 Y, por último, centros que se dedican a la protección de animales. Colaboramos con un proyecto en Bolivia que trabaja con fauna rescatada del tráfico ilegal, de su uso para circos o de situaciones de maltrato. En Tailandia colaboramos con un proyecto de elefantes, para que no se les explote en el sector turístico.
- 22 Teniendo en cuenta esto, los voluntarios y voluntarias que colaboran en proyectos educativos con menores realizan actividades muy variadas como ayudarles en sus deberes, realizan talleres específicos (higiene, sanitarios, manualidades, etc) juegos al aire libre, actividades deportivas, enseñar idiomas, etc.
- 23 En los proyectos de protección de animales realizan actividades de limpieza, de cuidado y conocen la labor que el proyecto realiza en la zona en la que está.
- 24 En los proyectos de medio ambiente ayudan en construcción, limpieza o trabajan en huertos orgánicos.
- 25 También tenemos en cuenta el perfil específico de las personas que viajan porque a lo mejor pueden contribuir en actividades relacionadas con su trabajo.
- 26 ¿Qué destinos son los más demandados?
- 27 Los tres destinos que más atraen son Perú, India y Kenia.
- 28 Perú es un destino que gusta mucho porque es muy cercano culturalmente hablando y el idioma facilita la comunicación.
- 29 India es un destino que atrae a personas a las que le interesa mucho conocer una cultura muy distinta a la nuestra.
- 30 Kenia también gusta mucho porque son proyectos educativos y la persona se adentra en una realidad social muy distinta a la suya.
- 31 ¿Durante cuánto tiempo se suelen realizar estos viajes?
- 32 En la mayoría de proyectos pedimos dos semanas mínimo de colaboración. Siempre explicamos que entre más tiempo se esté en el proyecto mayor será la implicación y mejor será la experiencia pero hay muchas personas que no pueden ir más tiempo.
- 33 ¿Se hacen programas de formación previa al viaje? ¿Durante cuánto tiempo?
- 34 Sí, antes de viajar se realiza un curso desarrollado por nosotras en el que tratamos temas relacionados con el desarrollo sostenible y el turismo

responsable. Se realiza on line, lo que facilita que se pueda hacer desde cualquier lugar y al ritmo de cada uno. La formación es obligatoria realizarla antes de viajar porque son temas que consideramos importante conocer antes del viaje y que luego puedes aplicar mientras que colaboras.

- 35 ¿Los viajeros cumplen las expectativas esperadas durante el viaje? ¿El turista repite este tipo de viajes?
- 36 La mayoría de personas viene muy feliz después del viaje. La mayoría suele decir que es mucho más lo que las personas de allí te dan que lo que ellos han aportado.
- 37 Tenemos a bastantes personas que ya han viajado con nosotras y repiten en el mismo proyecto o van a otro. Este año, unas 15 personas que ya han viajado con Tumaini repiten.

#### **BLOQUE 4. ESTRUCTURACIÓN ECONÓMICA**

- 38 ¿Qué presencia crees que tiene este tipo de turismo frente al turismo tradicional?
- 39 Nuestros viajes son una forma de realizar turismo responsable.
- 40 El turismo responsable debería ser el turismo mayoritario y, en cambio, cada vez vemos más ejemplos del "mal turismo". El turismo responsable defiende el respeto por la cultura y tradiciones del lugar que se visita, fomenta el uso del transporte público y el consumo en establecimientos llevados por locales para fomentar la economía de la zona o advierte de la importancia de no generar residuos en los lugares que visitamos.
- 41 Como turistas responsables es muy importante el intercambio cultural, conocer el lugar que visitamos nos va a enriquecer, desde comer la comida de la zona a vestir de forma adecuada, por eso es importante informarse bien del lugar antes de viajar.
- 42 Creemos en el turismo responsable como la única forma de conocer realmente un lugar y de integrarse en él para tener un viaje increíble.
- 43 Por todo esto, nuestros viajes solidarios fomentan este tipo de turismo ya que se convive con gente local, ves cómo viven y te das cuenta de lo que muchas veces el turismo de masas puede dañar un lugar.
- 44 ¿Las empresas obtienen beneficios con este tipo de viajes?
- 45 Al ser una Ong si Tumaini tiene beneficios irían invertidos en los proyectos con los que colaboramos.
- 46 Además, organizamos campañas de recaudación de fondos para ayudar a los proyectos en las necesidades que tengan (el año pasado ayudamos a la construcción de un pozo de agua en Kenia y ahora estamos recaudando fondos para comprar libros para niños y niñas refugiados tibetanos en India).
- 47 ¿Cuáles son los principales gastos a los que se enfrenta el turista solidario?
- 48 El coste de nuestros viajes solidarios se divide en dos partes.
- 49 La parte de Tumaini incluye asesoramiento personalizado, información útil (visado, vacunas, etc), información práctica (ropa que hay que llevar, lugares para visitar en la zona o cosas útiles para el viaje) curso de formación antes de viajar y seguro responsabilidad civil.
- 50 La parte de los proyectos incluye alojamiento y, en algunos casos, manutención y transporte del aeropuerto al proyecto.
- 51 En nuestra web, en la pestaña de coste, se puede ver las especificaciones para cada uno de los destinos.
- 52 El vuelo al destino corre a cargo de la persona que viaja.

53 ¿Las empresas financian los viajes o el turista debe cubrir la totalidad de los costes?

54 Creo que está explicado en la pregunta anterior.

55 ¿Qué beneficio económico y social obtiene la población local de este tipo de turismo?

56 Cuando las personas viajan y se alojan en los centros contribuyen a que el proyecto sea sostenible. El beneficio social es el intercambio cultural y la implicación de las personas en el centro. A la vuelta, muchos de nuestrxs viajerxs nos contactan para recaudar fondos o llevar material a los centros, lo que crea una implicación más allá del propio viaje.

## **Anexo 1. 4. Entrevista 4. MARHABA**

### **BLOQUE 1. PRESENTACIÓN**

- 1 Nombre: Ester Ungría
- 2 Nombre de la empresa: Marhaba, otra forma de viajar. (Somos Asociación sin ánimo de lucro)  
Localización de la empresa: La sede está ubicada en Zaragoza  
Años en activo: La Asociación está inscrita en el registro general de asociaciones desde el año 2010.

### **BLOQUE 2. ESTRUCTURACIÓN EMPRESARIAL**

- 3 ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?
- 4 No somos trabajadoras no tenemos nómina ni ánimo de lucro.
- 5 ¿Cuántas personas aproximadamente realizan viajes de este tipo en un año con vosotros?
- 6 Ha variado mucho de unos años a otros. Desde 2010 hasta 2015 organizábamos una media de dos viajes al año con unas ocho personas en cada viaje
- 7 ¿Ha aumentado o decrecido la demanda en los últimos años?
- 8 Nosotras notamos bastante bajón cuando estalló la primavera árabe y con los atentados y miedo generalizado al mundo árabe se ha notado bastante la bajada.
- 9 ¿A qué crees que se debe?
- 10 A lo que he explicado en el punto anterior.
- 11 ¿Cómo accede el turista a este tipo de viajes (agencias de viajes, ONG, asociaciones, etc.)? ¿Cómo contacta con ellos?
- 12 En nuestro caso al principio a través de la página de haces falta en la que publicábamos nuestros viajes y después a través de facebook y también del boca a boca.
- 13 ¿Cuál es vuestro medio de promoción?
- 14 Ahora mismo Facebook y Hacesfalta.org

### **BLOQUE 3. EL TURISTA SOLIDARIO**

- 15 ¿Cuál es el perfil del turista que realiza turismo solidario?
- 16 Creo que no sigue un patrón concreto, a nuestros viajes a venido gente de todos los rangos de edad y también de diferentes niveles económicos y educativos.
- 17 ¿Cuáles son las principales motivaciones del turista solidario?
- 18 Conocer la cultura del país que visitan y relacionarse con las personas que en él viven. No se trata de hacer un viaje de pocos días viendo muchas cosas.
- 19 ¿Qué actividades realiza en el destino?
- 20 Sobre todo actividades que lleven a conocer de primera mano la cultura y tradiciones del país visitado. Convivencia con familias y actividades conjuntas con ellos/as.
- 21 ¿Qué destinos son los más demandados?
- 22 Nosotras sólo organizamos viajes a Marruecos y dentro del país los viajes que más han salido han sido a la zona del desierto de Erg Chebi
- 23 ¿Durante cuánto periodo de tiempo se suelen realizar estos viajes?
- 24 Ocho días

- 25 ¿Se hacen programas de formación previa al viaje? ¿Durante cuánto tiempo?
- 26 No
- 27 ¿Los viajeros cumplen las expectativas esperadas durante el viaje? ¿El turista repite este tipo de viajes?
- 28 Sí. Y si, algunos repiten y además lo recomiendan a amigos y gente cercana.

#### **BLOQUE 4. ESTRUCTURACIÓN ECONÓMICA**

- 29 ¿Qué presencia crees que tiene este tipo de turismo frente al turismo tradicional?
- 30 Creo que ahora mismo la oferta está aumentando un poco, pero también están surgiendo muchas asociaciones similares a la nuestra que venden un turismo solidario que no lo es tanto, en el que se lucra la asociación a costa de explotar a las personas autóctonas que trabajan con ellos/as.
- 31 ¿Las empresas obtienen beneficios con este tipo de viajes?
- 32 En nuestro caso muy pocos y revierten en construir proyectos en las comunidades en las que trabajamos.
- 33 ¿Cuáles son los principales gastos a los que se enfrenta el turista solidario?
- 34 ¿Las empresas financian los viajes o el turista debe cubrir la totalidad de los costes?
- 35 En nuestro caso el turista cubre todos los gastos y un margen muy pequeño de beneficio para la empresa que en muchos casos se perdía para que el viaje saliese adelante con menos personas.
- 36 ¿Qué beneficio económico y social obtiene la población local de este tipo de turismo?
- 37 Nosotras hemos buscado siempre trabajar en zonas a las que el turismo convencional no llega, con familias que no tienen otra forma de ganarse la vida.
- 38 La familia decide el precio que quiere cobrar por alojamiento y manutención por persona y día.
- 39 En cuanto a los sociales permite también a ellos y ellas conocer otras culturas y a personas a las que probablemente no conocerían de una forma tan cercana. Se establecen vínculos bastante estrechos con las personas que se alojan en sus casas.

## **ANEXO II. PARRILLA DE ANÁLISIS.**

	<b>BLOQUE 2. ESTRUCTURACIÓN EMPRESARIAL</b>	<b>BLOQUE 3. EL TURISTA SOLIDARIO</b>	<b>BLOQUE 4. ESTRUCTURACIÓN ECONÓMICA</b>
<b>ASPECTOS POSITIVOS</b>	1	3	5
<b>ASPECTOS NEGATIVOS</b>	2	4	6