



Departamento de Turismo

Facultad de Ciencias Económicas
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Ciencias Económicas

Licenciatura en
Turismo

Tesis de Licenciatura

La Utopía del
Volunturismo

Micaela Ailín Turri
Legajo 83208/2
turrimicaela23@gmail.com
Directora: Josefina Mallo

*Es fácil vivir con los ojos cerrados,
Interpretando mal todo lo que se ve...*
John Lennon

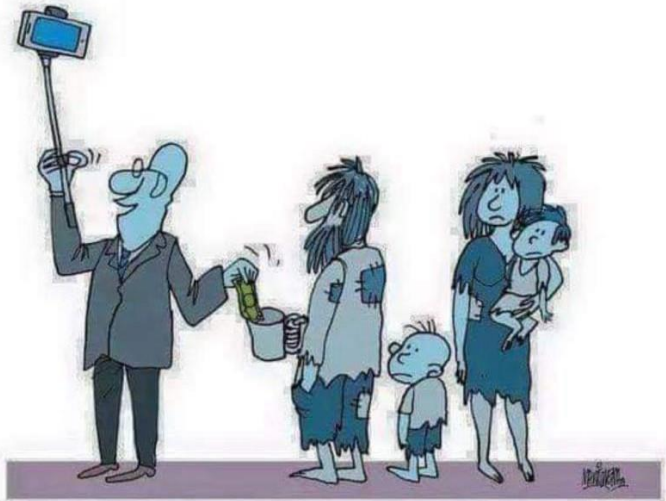


Tabla de Contenidos

Resumen	4
Introducción	5
Metodología	7
Objetivos	8
Capítulo 1: Marco Teórico	9
Antecedentes del Voluntariado	9
Entonces, ¿Qué es el Voluntariado?	11
Acciones Organizadas	14
Tipos de Voluntariados	14
Voluntario	17
Turismo	18
¿Qué entendemos por Turismo?	19
Turista	21
Capítulo 2: Estado del Arte	23
Voluntariado, Turismo ¿y Desarrollo?	23
Origen del Turismo Voluntario	24
Análisis Conceptual	26
Enquadre Turístico	28
Actores del Turismo Voluntario	31
Tipos de Proyectos	33
División en Función de la Duración	34
División en Función de las Características	35
Capítulo 3: Proveedores de Volunturismo	36
Análisis de la Actividad Turística entorno a los Voluntariados	36
El volunturismo en el contexto actual	47
Capítulo 4: Análisis de Entrevistas	52
Metodología Aplicada	52
Entrevistas en Profundidad	52
Entrevistados	53
Análisis Principal	55
Análisis Secundario	70
Capítulo 5: Discusiones y Conclusiones	76
Lo que el Volunturismo Dice Ser	76

La Utopía.....	77
Conclusiones y Recomendaciones.....	80
Referencias Bibliográficas.....	82
Anexos.....	88
Anexo 1: Excel de elaboración propia en base a relevamiento de empresas.....	88
Anexo 2: Referencias de cuadro.....	91
Anexo 3: Modelo de Entrevista en Profundidad.....	98
Anexo 4: Listado de Páginas Web.....	100

Resumen

El turismo con los años ha ganado la habilidad de encontrar nichos que respondan a todas las demandas. Uno de estos nichos es el turismo voluntario. El mismo consiste en un viaje que incluye actividades de voluntariado sumadas a las habituales de ocio y dispersión del turismo tradicional pero con un uso respetuoso y consciente del espacio y las personas involucradas. Este trabajo de tesis tiene como objetivo evidenciar que el solo hecho de incluir actividades voluntarias dentro de las tradicionales, no convierte a este tipo de turismo en una forma responsable y buena de hacerlo. Se realizó una triangulación metodológica para obtener información de la actividad. La misma incluyó contrastación bibliográfica, relevamiento de empresas proveedoras y entrevistas en profundidad semi estructuradas a participantes de la actividad. Los resultados mostraron que existen diferentes formas de acceder al turismo voluntario, a través de empresas privadas, organizaciones sin fines de lucro, o plataformas de intercambio. Al mismo tiempo las ofertas son múltiples y se adecuan a las necesidades tanto de las empresas como de los participantes. Durante la investigación se discute este hecho y como los proyectos y la comunidad local son los menos tenidos en cuenta en todos los ámbitos, mostrando así una nueva cara en la cual la solidaridad y la actividad voluntaria no son tan importantes como se quiere hacer creer.

Introducción

Las nuevas tendencias de la globalización como la revolución tecnológica, la protección ambiental y la economía neoliberal, promovieron la concientización por la sociedad y el medio ambiente (Tamames, 2007; Novelli, 2005). Con el motivo de contribuir con la disminución de las desigualdades, la pobreza, y la ayuda humanitaria las personas se organizan en todo el mundo para ayudar en varios contextos y a través de diferentes accionares.

Al mismo tiempo en una vertiente turística, el turismo crece como industria global gracias a la globalización del capitalismo, los movimientos de las sociedades, los avances en los medios de transporte y las nuevas tecnologías (Barbieri, Santos y Katsube, 2012). Estos avances han generado impactos positivos en la economía pero, a su vez, impactos negativos tanto sociales como ambientales. Esto ha llevado a cuestionar el turismo convencional y a propiciar el desenvolvimiento del Turismo Alternativo (Novelli, 2005). El mismo consiste en un turismo más consciente con los valores sociales, naturales y comunitarios para una mejor interacción entre en turista y los anfitriones (Bringas, 1997 en Fernández de Liger, 2006).

Un género del turismo alternativo es el turismo de voluntariado, en el cual los participantes combinan viaje, placer y recreación con trabajo voluntario (Wearing, 2001; Barbieri, Santos y Katsube, 2012; Tomazos, 2009; Mendes y Sonaglio, 2013; Callanan y Thomas, 2005). Volunturismo, consiste en un voluntariado pago, un negocio próspero principalmente por la generación de beneficios económicos (Guttentag, 2009), que llevó a los tours operadores a ofrecer paquetes con esta finalidad (Tomazos y Cooper, 2011).

La comercialización del turismo voluntario ha sido llevada a cabo por diversas organizaciones y compañías: organizaciones con o sin fines de lucro, organizaciones académicas, grupos religiosos y tour operadores, entre otros. Hoy en día la mayoría de los viajes son promovidos por tour operadores, intermediarios entre la demanda y la oferta. Ellos cumplen el rol de nexo entre las organizaciones sin fines de lucro y el cliente/voluntario. Varios estudios han demostrado (Bremen, 2015; Michaelis, 2015; Tomazos y Cooper, 2011) que los tour operadores han adquirido el turismo voluntario solo para hacer frente a las demandas de los clientes y con fines económicos, y no por considerarse el voluntariado una forma importante de aliviar a sociedades en malasituaciones, es decir, que no fue adquirido de manera responsable y teniendo en cuenta que su mala práctica conlleva varios impactos negativos (Bremen, 2015).

El hecho de realizar un voluntariado no es una "buena acción" por sí misma, sino que lleva aparejados los impactos de los participantes y los tour operadores en la comunidad de acogida. Nos preguntamos ¿Hasta qué punto las buenas intenciones de los voluntarios alcanzan para esconder realmente lo que la actividad provoca? ¿Por qué no estudiar las opciones y sus consecuencias antes de pagar por un voluntariado? ¿Por qué un tour operador turístico y no una ONG? Los tour operadores reciben sus ganancias antes incluso que el voluntario viaje, siendo el proyecto bueno o malo, entonces ¿Por qué no trabajar con proyectos reales con

propuestas con utilidad a largo plazo si de cualquier forma ya adquirieron su beneficio económico?

Desde sus inicios el turismo ha sido enfatizado, principalmente, en sus aspectos positivos y los aportes económicos que genera y, en consecuencia, también toda la bibliografía que hace referencia a la actividad. Al analizar la bibliografía sobre volunturismo nos encontramos con la misma situación, los aspectos positivos son los más analizados, esto aporta al crecimiento de la actividad y a sus malas prácticas.

La siguiente investigación prevé contribuir a la bibliografía negativa sobre la actividad turística, desde el estudio de las formas de practicar el volunturismo que no son beneficiosas.

Metodología

La metodología empleada en el presente trabajo, debido a la diversidad de fuentes y material necesario para el desarrollo del mismo, fue la triangulación metodológica. La misma se refiere al uso de varios métodos (cuantitativos y cualitativos), como fuentes de datos, teorías, investigadores o ambientes en el estudio de un fenómeno, en este caso el Turismo Voluntario (Marradi, Archenti y Piovani, 2007).

En primer término, se llevó adelante una contrastación bibliográfica para la elaboración de un marco teórico que abarque los conceptos de voluntariado, turismo tradicional, turismo alternativo y turismo voluntario.

En segundo término se realizó un relevamiento de la información que las empresas ponen a disposición de los interesados en el turismo voluntario, sobre la cual se realizó un análisis de la actividad turística en torno al voluntariado. Para reconocer estas empresas se realizó una exhaustiva búsqueda a través de internet con el criterio de que sin importar el origen de las mismas, el destino fuera Argentina y el voluntariado social. Luego de reconocer las empresas participantes, se elaboró un cuadro comparativo con la información obtenida en base a diferentes variables interesantes para el análisis. Un cuadro comparativo es una herramienta que facilita la organización de la información mostrándola de una forma muy sencilla para interpretar, lo que permite realizar un análisis en profundidad. Sus ventajas son la presentación de la información de forma ordenada por categorías, su contenido es claro y preciso, y de fácil lectura.

En último término, se llevaron adelante entrevistas semi estructuradas con informantes relevantes, para finalmente conjugar los resultados parciales en la elaboración de la tesis. En una primera instancia la idea fue la de contactar voluntarios que hayan participado con las empresas relevadas en esta investigación. Los intentos de colaboración fueron nulos por lo que se procedió a extender la muestra de voluntarios. Primero se buscaron registros de voluntarios. Al ser estos inexistentes, a través del proceso de bola de nieve se llegó a diferentes personas que realizaron voluntariados. Este proceso consiste en, contactar con amigos o conocidos en la búsqueda de personas que cumplan con el criterio, una vez encontrada una de estas personas, se incita a la misma a contactar con otras que hayan participado de las mismas actividades.

El único criterio que debían cumplir los entrevistados era el de haber participado en un viaje de voluntariado. En las entrevistas se trataron temas vinculados a la experiencia personal de los voluntarios con la actividad voluntaria, su relación con las empresas proveedoras del servicio que adquirieron y sobre su actividad turística en destino. Las mismas fueron grabadas y transcritas con las mismas palabras que utilizó el entrevistado.

Se realizaron en total nueve entrevistas en profundidad a personas de diferentes rangos etarios, nacionalidades y profesiones. El destino final de sus viajes fue América Latina en todos los casos. El total de las entrevistas se llevó a cabo de manera virtual debido a la situación de pandemia de la época.

Objetivos

El **objetivo general** de este trabajo es criticar el fenómeno actual de Turismo Voluntario analizando sus prácticas y actores, con el fin último de comprobar que no todos sus impactos, ni su crecimiento acelerado, son positivos.

En cuanto a los **objetivos específicos** de la siguiente investigación, se pretende:

1. Conceptualizar el voluntariado tradicional y evaluar el impacto de la actividad turística en el mismo
2. Definir al Turismo Voluntario
3. Establecer un mapa de la oferta de Turismo Voluntario para comparar las formas de acceder al mismo
4. Caracterizar al turista voluntario para diferenciarlo del voluntario y el turista tradicional
5. Redefinir el Turismo Voluntario

Capítulo 1: Marco Teórico

Antecedentes del Voluntariado

El término voluntariado y su concepción en la actualidad tiene sus orígenes en la iglesia católica y su relación con la aristocracia del siglo XV. Se cree que allí se organizaron los primeros voluntariados aunque el origen de la actividad resulta ser mucho más antiguo.

Diferentes autores coinciden en que el elemento clave, su energía propulsora, es la solidaridad y la compasión frente a la necesidad de los semejantes (Renes, Alfaro y Ricciardelli, 1996; Freire y Lima, 2005 en Mendes y Sonaglio, 2012). También son varios los autores (Anderson, 1971 en Tomazos, 2009; Grube, 2002; Johnson, 1997) que coinciden en que las predecesoras del voluntariado fueron las acciones solidarias. El altruismo y la solidaridad pueden rastrearse a los orígenes de la existencia humana alrededor del año 8000 AC donde las mismas constituían simple camaradería. Grube (2002), plantea que las acciones solidarias fueron pensadas por Platón en el siglo V AC cuando definió una ideología de comunidad en la cual cada ciudadano debe desempeñar un papel por el bien común. Según Johnson fueron los nativos durante el "nuevo mundo" (siglo XVI) quienes primero demostraron solidaridad al asistir a los europeos de diferentes y variadas formas: buscar comida en los bosques, construir refugios, aprender a cazar, a sanar enfermedades, entre otras cosas (Trigger, 1991 en Tomazos, 2009).

Se dice que el voluntariado se distingue de otras actividades por tener motivaciones sociales, estar orientado al altruismo, la reciprocidad y tener gran componente solidario (Mendes y Sonaglio, 2012; Brown, 2005). Al mismo tiempo, una persona se considera voluntaria si ofrece sus servicios de manera personal, voluntaria, gratuita y enteramente con estos fines (Rossi y Boccacin, 2001). Considerando que todas estas acciones fraternales de nuestros antepasados fueron por propia voluntad y con sentido pro social, es que podemos relacionarlas con el concepto moderno de voluntariado y definirlos como los primeros voluntarios.

Primero acciones solidarias luego, acciones voluntarias o voluntariado. Podría decirse quees, entonces, simple camaradería organizada.

Por regla general, un elemento específico y característico del voluntariado es su carácter de voluntario. La Real Academia Española nos dice que algo voluntario es aquello que se realiza por decisión propia, capricho, y sin ningún tipo de obligación o coerción (Real Academia Española, 2020, definición 1, 2, 3). La acción voluntaria se basa, entonces, en la libre y autónoma decisión de cada persona de dedicar su tiempo y su esfuerzo a variadas causas (García Bottaro, 2016). Por ello, al situar sus orígenes en la iglesia y, teniendo en cuenta lo anterior, hayamos una ambigüedad en el término.

Los autores que coinciden que los orígenes del voluntariado están en la iglesia

insisten que fue a través del "deber moral" que la misma ejerció sobre sus feligreses. El mismo instaló lo que se conoció como "Noblesse Obligue" que constituyó la obligación moral de aquellos con salud, dinero y poder, con los menos favorecidos, debiendo saldar sus deudas con la sociedad a través de acciones solidarias (Stebbins y Graham, 2004 en Tomazos y Butler, 2009). Este deber promovió los actos altruistas para ayudar a aliviar la pobreza y educar a los niños pobres (Harvie, 1978 en Tomazos, 2009). Callanan y Thomas (2005) afirman que la idea clave de este movimiento era frenar las divisiones de clase explícitas en la sociedad. Las autoras también aseguran que para ello, se crearon en el siglo XIX, varias instituciones sociales para tratar problemas y crear el bienestar común. El término se hizo más reconocido a medida que evolucionó la sociedad y se volvió más compleja gracias a los avances tecnológicos (Bauton, 1957 en Tomazos, 2009).

Se cree que el auge en el desenvolvimiento del voluntariado fue consecuencia de las Guerras Mundiales, Tomazos (2009) la llamó "era de voluntarios". La característica particular de estos voluntarios fue que se movilizaron por caos tangible y directo ocasionado por la guerra, distinto de lo que ocurrió después, y continúa ocurriendo actualmente.

Previamente en la historia la creación de organizaciones voluntarias, o la movilización de personas con fines solidarios eran, por lo general, en función o como consecuencia de guerras. Es el caso de la creación de la Cruz Roja en 1863 como movimiento internacional voluntario y organizado, consecuencia de la Batalla de Solferino, tras la cual Henry Dunant reclama, y por el nace la idea, un cuerpo de voluntarios que socorra caídos no importa del lado que estuvieran. Siguiendo esta línea, en 1920 Pierre Cèrèsole, un ingeniero suizo y miembro de la comunidad cristiana, crea un movimiento de paz y humanidad, y con un grupo de voluntarios realiza el primer viaje de voluntariado. El proyecto, que el mismo presenta, se basa en la idea de que viajar para ayudar naciones vecinas ayudaría a vencer el odio entre ellas (Tomazos y Butler, 2009; Tomazos, 2009; Basilio Campaniço, 2010; Daldeniz y Hampton, 2010 en Gomes Paiva, 2014). Dunant y Cèrèsole son los precursores de los viajes de voluntariado y, ayudar a los heridos y desfavorecidos son los pilares de la actividad.

Luego del viaje de Cèrèsole, durante los 10 años siguientes los viajes de voluntariados siguieron esos estándares, aliviar zonas afectadas por desastres políticos o naturales. A partir de 1930 es que los mismos, comienzan a implementarse en áreas sociales, en proyectos comunitarios y para el soporte en el desarrollo de comunidades (Gomes Paiva, 2014).

Tras la Segunda Guerra Mundial, los viajes de voluntariado comienzan a organizarse como iniciativa de todo tipo de organizaciones y por diferentes motivos, tanto gubernamentales, por ejemplo los Cuerpos de Paz Americanos creados en 1961 cuya iniciativa fue la de atraer simpatizantes al estado americano; no gubernamentales como "Volunteer Graduate Scheme" fundada en 1951, hoy conocida como "Australian Volunteers International" se trata de australianos viajando a hacer voluntariados a países subdesarrollados; y, privadas, como "Volunteer Service Overseas", empresa del Reino Unido fundada en 1958 con el fin último de enviar voluntarios a enseñar inglés a otros países (Gomes Paiva, 2014; Volontourism.org consultado el 07/9/2020).

El voluntariado es una temática en constante evolución (Basilio Campaniço, 2010), sus genes y esencia fueron de carácter caritativo y desinteresado para aliviar insuficiencias pero, al igual que la sociedad, fue evolucionando y ampliando estos genes, desde camaradería hacia formas de reclutar aliados (Cuerpos de Paz Americanos), formas de educar a los menos privilegiados (en países sub desarrollados) o a los más privilegiados (siendo requisito para la entrada en universidades, por ejemplo), algunos utilizaron las organizaciones filantrópicas para hacerse ricos, y otros para embellecer su currículum, hoy en día es excusa para viajar. Según Acacio Catarino (2003), el voluntariado es hoy un fenómeno autónomo y, como tal, posee un conjunto de características y principios propios.

En la actualidad cuando hacemos referencia al voluntariado, no sólo estamos hablando del alivio en zonas luego de una guerra o desastre natural, sino que además hablamos del alivio de otros sesgos tales como la pobreza, la desigualdad social, el subdesarrollo económico de ciertos países, la falta de educación, entre otras cosas (Freire y Lima, 2005 en Mendes y Sonaglio, 2012). Estos sesgos fueron creados por desajustes en el sistema económico, cultural y social del mundo (Correa do Nascimento, 2008). Es para aliviar estos sesgos que los voluntariados se organizan en gran escala y, además, también es por ellos que cada vez más personas se auto reclutan para vencerlos (García Bottaro, 2016; Mendes y Sonaglio, 2012; Callanan y Thomas, 2005).

Entonces, ¿Qué es el Voluntariado?

Grosso y Zamarian (2009) definen al voluntariado como un conjunto de acciones desenvueltas sin intenciones financieras, o al menos no expresadas, que envuelvan algún tipo de donación (dinero, tiempo, conocimientos, entre otras), siendo el voluntario quien se involucra en estas acciones para "donarse" y resolver problemas de un grupo o comunidad.

Según Freire y Lima (2005), una característica principal del voluntariado es que busca el desarrollo de las comunidades, estimulando su emancipación y la transformación de sus realidades. Esta última característica intenta resaltar que los proyectos de voluntariado no solo deben mitigar un problema económico por el momento, sino que deben intentar buscar soluciones sostenibles en el tiempo, que la comunidad local aprenda a paliar esos problemas de forma constante y, dentro de lo posible, definitiva. El voluntariado no debe funcionar como salvavidas de la comunidad sino que debe brindar herramientas variadas para aprender a mejorar. Como escribe Ingram (2008) en su tesis "Turismo Voluntario.

¿Tiene lugar en el Desarrollo?, ayudar no es suficiente. Cuando el mundo occidental interfiere en las economías subdesarrolladas para favorecer su desarrollo, permite la creación de "víctimas" del progreso y, estos países, pierden un poco su independencia.

Para García Bottaro (2016), la acción voluntaria debe orientarse en 3 direcciones: atenuar las necesidades económicas de las personas, facilitar su integración social y, potenciar su participación política para ejercer los derechos como ciudadanos. Según la autora la mejor inclusión es la que se produce en la comunidad y potencia el empoderamiento de las personas.

El Centro Nacional de Voluntariado de Reino Unido define el voluntariado como

"cualquier actividad que envuelva usar el tiempo sin remuneración alguna, haciendo algo que beneficie a alguien o algunos, fuera del entorno familiar o en adición a ellos, o en beneficio del medio ambiente" (Lynn y Smith, 1992 en Tomazos 2009; García Bottaro, 2016). Para Stebbins y Graham (2004) es ayuda no forzada que se ofrece formal o informalmente sin pago, o a lo sumo pago simbólico, realizado tanto para el beneficio de otras personas como también del voluntario. En ambas definiciones los autores tienen en cuenta las actividades informales, estas son las que surgen en el seno de la familia y la comunidad local, como ayudar a un vecino o asistir a un carenciado. El voluntariado formal se caracteriza por las mismas acciones que las informales pero encuadradas en el ámbito de una organización (Ferreira, 2008 en Basilio Campaniço, 2010). Los términos formal e informal, en algunos casos, se utilizan solo para encuadrar la actividad dentro de los márgenes de una organización, siendo la primera de forma organizada y la segunda de forma individual, pero ambos sin tener en cuenta a los familiares y vecinos (Rochester, Paine y Howlett, 2010).

A diferencia de los autores anteriores, hay quienes no consideran las actividades informales como actividades de voluntariado, es el caso del Instituto de Solidaridad y Cooperación Universitaria de Portugal. Para el mismo, el voluntariado no es cualquier acción llevada a cabo por el bien común sino que deben ser acciones organizadas, concretas, continuadas y encuadradas en un plan para conducir a la participación activa de la sociedad (Basilio Campaniço, 2010). Nuestra Ley Nacional de Voluntariado Social 25855 (2010) tampoco toma en consideración las acciones voluntarias informales, y define en sus artículos 2 y 3, el voluntariado como:

"la participación directa o indirecta en programas y/o proyectos que persigan finalidades u objetivos propios del bien común y de interés general, con desarrollo en el país o en el extranjero (...). No están comprendidas en la siguiente ley las actuaciones voluntarias aisladas, esporádicas, ejecutadas por razones familiares, de amistad o buena vecindad, y aquellas cuya realización no surja de la libre elección (...)."

Además de afirmar el no reconocimiento de las acciones informales dentro del voluntariado, la Ley Nacional permite apreciar otras características del voluntariado incluidas, también, en las definiciones anteriores, como la importancia de proveer al bien común y la necesidad de que las mismas se realicen por elección personal.

En todas las definiciones anteriores se puede ver el uso del término "bien común" como una de las características principales de la actividad. El bien común alude a todo aquello de lo que se benefician todos los ciudadanos, es decir, se dirige a un fin social, al bien comunitario. El concepto se estudia desde diferentes perspectivas, económica, política o filosófica. Esta última contiene a las otras dos, se trata del mejoramiento en general de la sociedad en todos los aspectos, para que la persona se realice como tal y haga posible el desarrollo simultáneo de la sociedad. Teniendo en cuenta esto, podemos incluir al voluntario como beneficiario de sus propias acciones, a través de la concientización, el crecimiento personal, la experiencia, entre otras cosas.

En cuanto a la "elección personal", también característica citada en todas las definiciones, nos devuelve al carácter voluntario de la actividad. Al tratarse de algo voluntario, como ya vimos en la definición de la Real Academia Española, es no obligatorio, no coercitivo, y por ende, de nuestra libre motivación. Aquí es importante establecer un límite de alcance en cuanto a lo considerado, o no, como una elección personal, ya que, la idea de no coercitivo alude no solo a lo físico sino también a lo moral, o correctamente debido a hacer. Las acciones solidarias llevadas a cabo por ser lo correcto, aunque tengan el carácter de voluntarias, no son voluntariado sino que constituyen una obligación. Cumplir con una obligación, como hacer trabajo voluntario porque lo exige mi trabajo, no es considerado voluntariado al menos dentro de los márgenes de esta investigación.

Otra particularidad a destacar es que el voluntariado es una acción no remunerada, se realiza gratuitamente. Se cree que el voluntario no espera nada a cambio y lo que recibe es intransferible, su desarrollo o crecimiento personal. Roque Amaro (2002) lo define como un acto de bondad, definido por la disponibilidad del tiempo y la capacidad. Como vimos anteriormente, según Groppo y Zamarian (2009) y, también Brown (2005), la remuneración no existe, o no está expresada explícitamente, por lo que el voluntario podría recibir algo en retribución, no dinero, pero algún tipo de beneficio además del crecimiento personal, por ejemplo, alojamiento o viandas. En algunos casos los voluntarios reciben regalos, ya sea de cumpleaños o navidad, entradas para eventos, incluso el acceso a hoteles más confortables por su participación. Esto es visto como inapropiado por algunos voluntarios que consideran que cualquier tipo de remuneración (aunque no sea dinero) está debilitando la relación "de regalo" que es, según ellos, la esencia del voluntariado (Forster, 2004 en Rochester, Paine y Howlett, 2010).

En la actualidad existen también voluntariados como intercambio. Esta nueva concepción del término rechaza la "esencia" que dice tener la actividad, de ser un regalo. Algunos viajeros realizan voluntariados para recibir por ello algún tipo de beneficio palpable, por lo general, alojamiento y comidas, siempre dependiendo del tipo de voluntariado. Por sus características compartidas con el voluntariado tradicional es que, en esta investigación, también se tienen en cuenta estos tipos de voluntariados, aquellos en los cuales el beneficio del participante no solo es intrínseco sino también extrínseco.

Basándonos en las definiciones anteriores se concluye que el voluntariado es:

- una ayuda no forzada;
- llevada a cabo por el bien común o de un tercero;
- no remunerada, o al menos sin pago financiero;
- formales o informales (organizadas, o no, dentro del marco de una organización);
- en búsqueda del desarrollo comunitario, sostenible y de largo plazo;
- y, con fines solidarios.

En un estado ideal del voluntariado, es decir, su organización basada en su esencia y valores o la aplicación personal pero también haciendo énfasis en sus principios la definición del voluntariado o su actividad debería contener todas las características anteriores pero, y como veremos más adelante, el uso de la palabra

y su actividad se basan, en la actualidad, tan solo en 4 de estas características: la libre elección, la aplicación sobre un tercero o una comunidad y/o ambiente, que sea no remunerada y, se lleve a cabo de manera formal.

Acciones Organizadas

Cuando hablamos de acciones organizadas hacemos referencia a la organización y estructuración de las mismas dentro del ámbito de una asociación, organismo, empresa, refugio, por nombrar algunas. Dockhorn y Werlang (2008, en Mendes y Sonaglio, 2012) afirman que el voluntariado se organiza en todo el mundo en función de factores económicos, políticos, sociales y del nivel de desarrollo que presenten. Ellos creen que cuanto más desarrollado el país más formales son estas organizaciones voluntarias y más grande es la empatía por las acciones filantrópicas. En cambio en los países sub desarrollados, las estructuras son menos formales, y los beneficios menos visibles.

Como vimos anteriormente no fue hasta después de 1960 que las organizaciones de voluntarios comenzaron a desenvolverse de forma global, se cree que fue gracias a la globalización del capitalismo y la mejora en los medios de transporte. A partir de allí el número de organizaciones de voluntarios creció imparablemente. Según Ingram (2008), en 1951 existían solamente 832 Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) en el mundo, en 1990 el número alcanzaba los 16208. Mendes y Sonaglio (2012) estimaron en su investigación que para ese año había más de 40.000 ONGs operando a nivel Internacional.

Las organizaciones de voluntarios varían en tamaño, estructura, misión, oferta, razón social, y el nivel de participación que permiten de la comunidad local. En cuanto a la razón social, hoy en día, no todas las organizaciones de voluntarios son caridades, u ONGs, también podemos encontrar empresas privadas, asociaciones civiles, empresas sin fines lucrativos, entre otras. Algunas de ellas, como las sin fines de lucro, por ejemplo, no pagan impuestos al Estado por tener razones y motivos solidarios. Tomazos y Butler (2009) consideran que el valor de imagen de esta razón social es considerable y, quienes no la poseen ansían explicar porque obtienen beneficios de la actividad.

Según la Asociación Internacional de Programas de Voluntarios (IVPA por sus siglas en inglés) los requisitos esenciales de una organización de voluntarios son, tener una estructura clara, ofrecer un entendimiento del rol del participante, y por último, que se espera de los mismos en función del proyecto. Si los mismos no se ofrecen de forma clara, la conducta empresarial y su ética como organización benéfica entran en duda y con ello, el valor y la utilidad del proyecto voluntario (Tomazos y Butler, 2009).

Tipos de Voluntariados

Basándonos en el libro de los autores Rochester, Paine y Howlett, "Voluntariado y sociedad en el siglo XXI" (2010) contamos con 3 paradigmas sobre la acción voluntaria. En su libro, los autores definen a las siguientes como formas de encontrar la actividad:

- Voluntariado no lucrativo
- Voluntariado cívico
- Voluntariado como ocio

Para definir cada una, los autores definen ciertas cualidades de las mismas, como son las motivaciones y el perfil del voluntario, las áreas de actividad y la forma en que se organiza la misma, para así poder diferenciarlas.

El voluntariado no lucrativo es, según los autores el paradigma dominante de la actividad. Se caracteriza por ser un voluntariado por motivos altruistas, representa un regalo de tiempo y no de dinero como sería el caso de la filantropía. Las personas con el fin último de ayudar se vuelven voluntarias para proveer soporte, aconsejar y realizar otras actividades en beneficio de personas con mayores necesidades. Según los autores, este tipo de voluntariados lo ofrecen organizaciones estructuradas que cuentan con personal pago y los voluntarios les ofrecen mano de obra no remunerada.

El segundo arquetipo de voluntariado, definido por los autores, es el cívico o de la sociedad civil. La principal motivación del mismo consiste en la ayuda mutua. Se involucra en el bienestar social pero desde una perspectiva que incluya al voluntario, ya que son partidarios de la ayuda común en beneficio de todos. El rol del voluntario no es como en una organización convencional sino que son miembros de la asociación en la que se encuentran, todos cumplen el papel de líder y de organizadores. Esta forma de voluntariado muchas veces se referencia como activismo.

La última forma en que se define la actividad es como ocio. El autor que hace mayor referencia del voluntariado como ocio es Robert Stebbins. Para él, es simple sentido común pensar el voluntariado como ocio y, esto es, debido a la ausencia de coerción al realizar la actividad. Según el autor, como los voluntarios realizan la actividad por propia elección y en su tiempo libre, la misma puede considerarse dentro de las definiciones del tiempo de ocio. Al mismo tiempo la creencia de que el voluntariado proporciona satisfacción personal y, considerando que el ocio también la ofrece, es lo que hace que ambas actividades se comparen (Stebbins, 1996; 2004; Stebbins y Graham, 2004). Esta última forma de representación del voluntariado ha sufrido de falta de interés durante mucho tiempo por asociar al ocio con diversión. La motivación principal resulta del voluntario y sus ganas de aprender conocimientos y habilidades, de involucrarse en un compromiso. Estos voluntarios se desenvuelven en los campos de los deportes, artes y culturas, organizados tanto en grandes empresas nacionales e internacionales como en pequeñas y locales.

Las 3 perspectivas capturan una parte del fenómeno del voluntariado pero, por separado no reflejan bien el alcance de la actividad. La mayoría de las experiencias de voluntariados combinan al menos dos de ellas, y algunas veces todas.

Siguiendo esta línea de investigación, Stebbins en otro de sus estudios y junto a Graham (2004), abren otro paradigma respecto del voluntariado, uno en el cual se lo considera una actividad laboral. Los autores afirman que el voluntariado puede ser, también, una actividad laboral que se realiza sin remuneración y, al ser una

actividad no coercitiva, también dejaría experiencias satisfactorias. Podemos citar como ejemplo de este caso las pasantías. Resultan ser actividades no coercitivas, pagas o no, que se realizan con el fin último de obtener un beneficio, en este caso la experiencia para un puesto posible de trabajo. Se trata de una acción voluntaria pero asociada a la actividad laboral. En este tipo de paradigma la motivación principal se basa en las experiencias intrínsecas y de crecimiento personal que el voluntario pueda tener para auto beneficiarse y no por el bien común. Este último arquetipo de voluntariado podría tratarse de un híbrido, una mezcla entre el voluntariado no lucrativo y como ocio serio, siendo que las actividades que involucran resultan importantes para el participante pero no se trata de actividad laboral en sí, sino de un medio de alcanzar mayores beneficios.

Todos estos paradigmas incluyen de alguna forma ciertas características del voluntariado, por ejemplo, al ser no forzadas o no remuneradas. Los híbridos que éstos pueden formar son muchos y he aquí una de las complejidades al tratar de definir los alcances de la actividad.

Los tipos de voluntariados se definen de diferentes maneras y, difieren de autor en autor. Como pudimos observar aunque las acciones voluntarias sean las mismas, pueden estructurarse en diferentes organizaciones y sus objetivos varían de acuerdo a las mismas. Al mismo tiempo estas acciones, de acuerdo a como se lleven a cabo, también pueden variar en cuanto a definición o alcance. Davis Smith (2000) estableció 4 formas diferentes de encontrar el voluntariado en el mundo. Para él, se trata de diferentes tipos de acciones voluntarias:

- Ayuda mutua o autoayuda. Se trata de la forma más antigua de voluntariado, en ella las personas comparten problemas y trabajan juntos para mejorarlos. Aún en los países del Sur la ayuda mutua continúa siendo el sistema central de soporte social y económico de la mayoría de la población.
- Filantropía y servicio a otros. Es la manera en que más personas identifican al voluntariado. Envuelve a una organización que recluta los voluntarios para proveer ciertos servicios. Los mismos podrían ser financieros, como es el caso de la filantropía, de tiempo o de fuerza, como es el caso del voluntario aportando su tiempo y capacidades.
- Participativos. Las personas se envuelven de forma voluntaria en el proceso de una toma de decisión política que los involucra, siendo decisiones comunitarias como la construcción de algún centro, la mejora de algún servicio público, entre otras cosas. Este tipo de participación se lleva a cabo en un contexto de foro para llegar a un acuerdo común.
- Campañas. Es la acción colectiva que incluye, por ejemplo, una protesta organizada contra el desarrollo que podría ser dañino para el ambiente o campañas para obtener mejores servicios.

Diferenciando con Davis Smith, Rochester, Paine y Howlett (2010), en su estudio reconocieron a través de una serie de encuestas llevadas a cabo en Inglaterra entre 2001 y 2008, diferentes tipos de participación voluntaria:

- Participación Cívica. La misma se lleva a cabo formando parte de una demostración pública o protesta, o firmando una petición por algún cambio en la sociedad.

- Participación Informal. Dando ayuda individualmente, sin pago alguno, a personas que no son nuestra familia.
- Participación Formal. Brindando ayuda, sin remuneración, en organizaciones o grupos para beneficios de terceros o el ambiente.

Si observamos con atención muchas de las definiciones entre autores, incluyen las anteriores, por ejemplo, la participación cívica envuelve lo que Davis Smith (2000) reconoció como acciones participativas o campañas; la participación informal podría estar haciendo referencia a la ayuda mutua; y, por último la participación formal envuelve a todas las demás. Por su simple definición, la participación formal, abarca a todas las formas de organización que involucren a voluntarios dentro del ámbito de una organización, sea la misma formal o informal, ya que, lo que es formal propiamente dicho, es el encauce del voluntario en un proyecto en común dentro de esa estructuración.

Como se puede ver estos paradigmas abarcan o envuelven todas las formas de organización de voluntarios, definidas por los demás autores. Esto se debe a que de alguna manera tanto la forma de organizar los voluntariados como el paradigma se corresponden con alguna de sus propias definiciones. Supongamos el caso del voluntariado no lucrativo el mismo envuelve, definitivamente, las actividades de servicio que realizan los voluntarios, aunque no las filantrópicas. En el caso del segundo paradigma, los voluntariados civiles, se corresponden con las actividades de ayuda mutua, participativas y de campaña, ya que todas incluyen algún complemento de ayuda que incluya al voluntario. En el último arquetipo definido por Rochester, Paine y Howlett (2010), el voluntariado como ocio y siguiendo la definición dada por Stebbins en todos sus estudios, todas las actividades podrían encuadrarse allí ya que, todas se realizan de forma no forzada.

Voluntario

Anteriormente dentro de las definiciones de voluntariado, concluimos en que una persona puede considerarse un voluntario si ofrece sus servicios de manera personal, voluntaria, gratuita y enteramente con motivos solidarios (Rossi y Boccacin, 2001). Podríamos establecer estas como algunas de las características comunes que representan a un voluntario pero, durante mucho tiempo la palabra voluntario se ha definido ampliamente para denotar el trabajo no remunerado y, como sabemos, no todas las personas que realizan actividades voluntarias, deben ser considerados voluntarios, por ello es necesario profundizar en su definición.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) define al voluntario como "un joven o adulto que, debido a su interés personal y a su espíritu cívico, dedica parte de su tiempo, sin remuneración alguna, a diversas formas de actividades de bienestar social u otros campos" (Portal del Voluntario, 2009 en Mendes y Sonaglio, 2012). En esta línea la ONU incorpora la idea de un tercero como beneficiario de la actividad solidaria.

Freire y Lima (2005, en Mendes y Sonaglio, 2012) entienden al voluntario como una persona que dona su tiempo en la búsqueda de soluciones para su comunidad, motivado por valores de participación, ayuda en una causa o por indignación con la realidad. Las autoras insisten en que para ser considerado un voluntario es necesario participar de la acción, prestar un servicio, trabajar en él y usar su tiempo por la causa en común. Resulta importante, para las autoras, que

los voluntarios presenten cierto nivel de involucramiento en la causa o acción y que participe de forma activa en generar un cambio en la comunidad o entorno en donde se esté llevando a cabo.

Cnaan, Handy y Wadsworth, en su artículo "Definiendo quien es voluntario" (1996), explican estas diferencias en las definiciones estableciendo dos tipos de acercamientos. Por un lado se hacen definiciones amplias, en las mismas, toda persona que realice una actividad sin compensación financiera es un voluntario. Shure (1991) lo define como la persona que se ofrece a ella misma para un servicio, sin que sea este su obligación y sin recibir una remuneración por hacerlo. Siguiendo esta línea, Adams (1985), lo define como aquellos que trabajan de alguna manera para ayudar a otros sin recompensa monetaria.

El segundo tipo de acercamiento a la definición es cuando se hace de forma más limitada, o pura según los autores. En estas descripciones el voluntario brinda su tiempo y esfuerzo expresamente en una acción específica, sin recibir una remuneración. En este sentido, Ellis y Noyes (1990), definen al voluntario como aquel que elige actuar en reconocimiento de una necesidad, con una actitud de responsabilidad social y sin preocupación del lucro monetario, yendo más allá de sus obligaciones básicas. Jenner (1982), coincide en que debe ser una decisión personal y sin paga pero, agrega a la misma la necesidad de estar incluida dentro de los parámetros de una organización, específicamente, sin fines de lucro (Cnaan, Handy y Wadsworth, 1996).

En conclusión, para los fines de esta investigación un voluntario no será solo aquel vinculado a organizaciones comprometidas con la acción social sino, que será toda aquella persona que brinde su tiempo, esfuerzo, saberes, entre otras cosas de manera desinteresada por un bien común. Estas personas trabajan y se comprometen desde diversos espacios.

Turismo

Al igual que el voluntariado pero, en otra vertiente, el turismo también fue evolucionando con el correr de los años. Hay autores que afirman que el turismo existe desde la antigüedad, y que es casi tan antiguo como la humanidad misma (Ibañez y Rodríguez, 2012; Conti y Cravero Igarza; 2010). Otros (Francesch, 2004; González Damián, 2004), resaltan que no debe confundirse peregrinación, migraciones, conquistas o intervenciones militares con turismo. Según Boyer (2002), eran raros los que se desplazaban solo por curiosidad. El desplazamiento siempre ha existido pero, lo que lo diferencia del turismo son las motivaciones y el regreso al lugar de residencia habitual.

Conti y Cravero Igarza (2010) afirman que el turismo del mundo moderno comenzó ligándose al patrimonio cultural, más específicamente a los monumentos históricos. Estos hicieron que los intelectuales y aristócratas se movilizaran para observarlos y, así ganar prestigio social y cultural. El " Grand Tour", como se lo conocía, comenzó en el siglo XVI en Inglaterra, y se trataba de jóvenes adinerados que partían para recorrer Europa como una forma de instruirse en idiomas, arte y, lo más importante, la historia del continente (Conti y Cravero Igarza, 2010; Boyer, 2002; Clost, 2011). Estos viajes sembraron las bases para lo que luego serían los viajes organizados, reservados para las clases altas que tenían el tiempo y los

recursos para realizarlos (Clost, 2011; Ibañez y Rodríguez, 2012).

Tras la Segunda Guerra Mundial, el turismo pasó de una actividad para privilegiados al consumo masivo, como fruto de las revoluciones tecnológicas y sociales (Dachary y Arnaiz, 1994; Wearing, 2001). Vera (2001, en Ibañez y Rodríguez, 2012) plantea 4 factores clave del desarrollo del turismo contemporáneo que son, la conquista del tiempo libre, gracias a la reducción de la jornada laboral y las vacaciones pagas; el triunfo sobre el espacio, con la reducción de las distancias como resultado de las nuevas tecnologías y los avances en los medios de transporte; el aumento de la renta y con ello la capacidad de gasto en turismo; por último, la conversión de las vacaciones en una necesidad básica del hombre actual.

En la última mitad del siglo XX, ocurrieron grandes cambios económicos, tecnológicos, sociales y ambientales que, influenciados por el crecimiento del turismo de masas moderno, abrieron un debate sobre los impactos que la actividad ocasionaba y, con ello, se desarrollaron nuevas formas, variadas y diversas de turismo (Conti y Cravero Igarza, 2010; Basilio Campaniço, 2010). Esto sumado a la concientización sobre los límites de los recursos hace que, en 1970, aparezca el turismo alternativo, como un modelo más participativo y respetuoso del ambiente, el cual, a la hora de desarrollarse, tiene en cuenta la evolución social, cultural y ambiental.

La búsqueda de nuevas formas turísticas alternativas se debe gracias al nuevo paradigma de la "sustentabilidad" y el turismo como depredador de la naturaleza y la cultura local (Ibañez y Rodríguez, 2012). La aparición del turismo alternativo instaló las bases para un turismo más exigente y sofisticado, orientado a un público específico, con destinos más exóticos y desconocidos.

Aparece así, el turismo nicho en un esfuerzo de la actividad por adaptarse a las mutaciones en los intereses de los turistas (Wearing, 2001; Novelli, 2005; Basilio Campaniço, 2010). Este concepto ha emergido recientemente para hacer oposición al turismo de masas. La OMT declaró al turismo de nichos como menos intrusivo y dañino, capaz de ofrecer beneficios a las comunidades anfitrionas, más sustentable, y, lo más importante, dirigido a un turismo de elite (Robinson y Novelli, 1997 en Novelli, 2005).

Novelli, en su libro "Turismo Nicho" (2005) define diversas y variadas formas que esta nueva actividad puede tomar y las definen dentro de grandes grupos en: turismo de interés especial (fotografía, joven, negro, entre otros), basado en la tradición y la cultura (cultural, tribal, de investigación), de actividades específicas (deportes, aventura, voluntario) y, del futuro (espacial, virtual, ético, entre otros).

Cada una de estas formas de turismo preserva las características elementales de la actividad en sí pero, agrega a ella alguna en particular, por lo general, difieren en las motivaciones o en las actividades. Por ello, para poder definir las es importante establecer que es considerado turismo, y reconocer los elementos principales que estarán siempre presentes cuando se habla del mismo.

¿Qué entendemos por Turismo?

Definir al turismo ha llevado a muchas controversias a lo largo de las décadas. Su

concepción inicial fue mutando, al igual que sus actividades y experiencias en general. Comenzando desde el inicio, Francesch (2004) define al turismo desde la etimología de la palabra. La palabra Tour deriva del francés y quiere decir desplazamiento circular o de ida y vuelta. Una característica particular de los viajes por turismo y de la definición de la actividad tiene que ver con la salida del entorno habitual pero, también, el regreso al mismo en un cierto período de tiempo.

Desde los inicios el turismo ha sido conceptualizado teniendo en cuenta ciertas características fundamentales, como son: el desplazamiento fuera del lugar de origen o residencia habitual, el límite temporal, ciertas actividades durante el viaje, y un propósito o motivación. En la Conferencia de Ottawa en 1993, la OMT definió al turismo como "el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de negocios, ocio u otros" (Sancho, 1998; OMT, 1995 en Quesada Castro, 2009).

Siguiendo esta línea, otros autores sumaron a la definición anterior la necesidad de observar, ver y/o acercarse a cierto "atractivo", que funciona de motivador, que no tiene en donde se encuentra habitualmente. Al mismo tiempo establecen el carácter voluntario que conlleva la actividad. Definen "el turismo es el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su lugar de residencia habitual. Las razones que lo motivan pueden ser el descanso, educación, salud, la práctica de deportes, negocios, visita a familiares, entre otras. Estos motivos están vinculados a que en el destino existen ciertos atractivos, naturales o culturales, que la persona que se desplaza no encuentra en su residencia habitual" (De la Torre, 1992 en Basilio Campaniço, 2010; Quesada Castro, 2009; Conti y Cravero Igarza, 2010; Casanova Ferro, 2007). Gordon (2002) define al turismo como la expresión práctica de la curiosidad, las personas se movilizan para conocer lo bello, lo interesante y lo deseado, generado por el atractivo. Para él, el turismo es la "curiosidad en movimiento". La misma estará basada en los valores estéticos impresos por la cultura en donde está inserta la persona y, depende el sitio, se miden de acuerdo a la cantidad de viajes. Más viajes, corresponde con un mayor nivel de saberes y elitismo, lo que brinda mayor prestigio.

El artículo 2 de la Ley de Turismo N°600 (2001) de la Ciudad de Buenos Aires lo define como "el conjunto de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de la persona, fuera de su lugar de residencia habitual, sin incorporarse al mercado de trabajo de los lugares visitados, invirtiendo en sus gastos recursos no provenientes del centro receptor". Aquí nuestra ley respeta en su definición los elementos característicos que refieren al turismo pero, incorpora otra pauta esencial, el turista no viaja para insertarse en el mercado laboral del destino, su motivación debe estar orientada al placer o al ocio, no a la actividad lucrativa.

Como dijimos anteriormente, el concepto de turismo ha evolucionado con el tiempo. Esto se debe a que, al ser una actividad en relación constante con el entorno, no es estática y, así como influye en el mismo, también es influenciada por él. Según Francesch (2004), se trata de un fenómeno complejo, que comprende múltiples sectores y que está diseminado en el tiempo. La definición dependerá, entonces, del enfoque que se tome y de la época en que se da.

En el comienzo de la actividad todas las definiciones la señalaron como

generadora de beneficios, De la Torre Padilla (1980, en FUSDA, 2014) define al turismo como fenómeno social. Al definirlo toma en cuenta las interrelaciones sociales, económicas y culturales que el mismo provoca. Para Hunziker y Kraft (1942, en Quesada Castro, 2009), el turismo es el conjunto de relaciones y manifestaciones que se originan del viaje y de la estancia del turista. Siguiendo esta línea, Spinelli (1990, en Casanova Ferro, 2007) lo define como: "el conjunto de interacciones humanas (transporte, alojamiento, servicio, entretenimiento) derivado del desplazamiento temporal de los turistas, fuera de su lugar de residencia, no motivados por una actividad lucrativa".

Además de recalcar la importancia de las interacciones humanas dentro de la interpretación de turismo, Spinelli también deja en claro que el mismo no solo comprende las actividades realizadas por los turistas sino que incluye todo el proceso de organización y prestación de servicios que la misma actividad demanda. Esto denota la diversidad de relaciones y posibles efectos que pueden tener lugar, positivos o negativos, abarcan a todos los participantes del fenómeno, sean los mismos directos (turista/anfitrión) e indirectos (prestadores de servicios).

Para los fines de esta investigación nos centraremos en la definición de Fernández Mouján (2008) en la que él entiende al turismo como un proceso de intercambio de bienes materiales y simbólicos, en el cual actúan turistas y residentes. Estos interactúan, se comunican, viven la experiencia del otro, se entrecruzan, superponen y atraviesan las distintas realidades. El autor incluye la importancia de las relaciones e intercambios que surgen de la actividad turística y, por tanto, influyen en los individuos.

En síntesis, el turismo es una práctica social que conlleva múltiples intercambios entre los actores y el entorno en general, sea este natural o cultural. Para llevarse a cabo debe existir un desplazamiento por parte del turista a un lugar en el que no habita por cierto período de tiempo pero, no con un fin lucrativo. Por último, el turismo se asociará con diferentes motivaciones por parte del turista pero, el fin último del traslado, es cumplir con alguna expectativa o deseo generado por la curiosidad o un atractivo.

Turista

Boyer (2002) define al turista como un viajero pero, diferente a otros. El turista es aquel que viaja por curiosidad y ociosidad. Según el autor en primera instancia el concepto de turista se abordó como adjetivo y calificaba al viajero inglés rico y curioso.

El Diccionario de Oxford lo definió como la "persona que hace una o más excursiones, especialmente quien las hace por recreación, que viaja por placer o cultura, visitando lugares por sus objetos de interés, paisaje, entre otros" (De la Torre Padilla, 1992 en Quesada Castro, 2009). Esta interpretación incluye las motivaciones que incentivan a las personas pero, deja de lado el elemento espacial tan primordial en el concepto de turismo.

La definición más utilizada y, se cree, considera todos los elementos básicos de la actividad, es la de la OMT (2020) que considera que un turista es un visitante que pernocta. Un visitante es, entonces, una persona que viaja a un destino que es

distinto de su entorno habitual por una duración inferior a un año con cualquier finalidad que no seala de ser empleado en una entidad residente del país (RIET, 2008 en OMT, 2020). Siguiendo la definición, el traslado debe ser a un lugar no acostumbrado y conllevar una pernociación, si este no fuera el caso, estaríamos refiriéndonos a una excursión y, por ende, a un excursionista.

Para González Damián (2004), un turista es mucho más que la reunión de todas esas características: viajar fuera del lugar de origen, retornar y tener motivaciones vinculadas al placer. Para él, el ser "turista" es una construcción social intersubjetiva, es decir, no depende solo de lo que decidamos como sujetos, sino que responde a un grado de identificación que se tenga con las actividades realizadas y las actividades que respondanal turismo.

Siguiendo esta línea Pereiro Pérez (2009), insiste en que ser turista es una categoría socialmente construida, cambiante y condicionada por variables como la riqueza, la nacionalidad, el género, la edad, la posición social o la distancia social y cultural entre los participantes.

En definitiva, definir al turista se trata de reunir ciertas características principales pero, al mismo tiempo, se trata de una percepción social asumida en un tiempo y espacio determinado que puede variar a medida que estos cambian.

Capítulo 2: Estado del Arte

Voluntariado, Turismo ¿y Desarrollo?

Como industria y como actividad de ocio el turismo se trata de la producción y consumo de las diferencias culturales. Con los años ha ganado la habilidad de encontrar nichos de mercado que respondan a todas las demandas. El turismo de masas llevó a la sobre población en destinos y al consumo masivo de ciertos atractivos, esto obligó a la búsqueda de formas alternativas de realizar la actividad. El turismo alternativo, y sus muchas variaciones, ofrece experiencias para todos los tipos de turistas pero, de esa manera alcanzó también cada destino, persona y cultura disponible generando impactos positivos como la entrada de divisas pero, también negativos, por ejemplo con la trivialización de sus culturas, costumbres, ceremonias, o la sobre explotación de recursos, entre otras cosas (Ingram, 2008).

El turismo como actividad económica se ha convertido en un motor en muchas naciones del tercer mundo y, en otras muchas, corresponde a la única fuente económica que se tiene (Gomes Paiva, 2014). Al insertar el turismo en estos mercados la promesa de prosperidad es alta y esperada por los actores locales pero, muchas veces, las ganancias son retenidas o ganadas por multinacionales o, por algunos pocos empresarios.

El potencial de la acción voluntaria para contribuir al desarrollo fue reconocido por las Naciones Unidas en 1997, en la Asamblea General, en la cual se vio al voluntariado como potencial portador de habilidades, energía, experiencia y conocimiento local, al mismo tiempo que, la solidaridad presente en el voluntariado es un fuerte instrumento para la construcción de la paz (United Nations Development Programme, 2003 en Gomes Paiva, 2014).

El voluntariado se ha convertido en un mercado objetivo por parte de las operadoras turísticas y, por ende, las nuevas formas de hacer voluntariado incluyen viajar fuera del entorno habitual y su motivación, ayudar a otros. Si bien el movimiento de voluntarios de un país a otro no es nuevo, en la actualidad se hace a través de viajes organizados (Davis Smith, 2005). Más que trabajar en la transformación social, los viajes alternativos y el trabajo caritativo parecen a veces rozar los bordes de la expansión del capitalismo dentro de mercados nicho, en este caso, capitalizando el altruismo. Lo que observamos hoy es una combinación de este altruismo con un viaje de ocio, donde ambas cosas se unen, e interponen, para formar un producto de turismo alternativo. Los tour operadores se afiliaron con las caridades para ofrecer experiencias de este tipo. Estas sociedades les permitieron atender el nuevo nicho de mercado, personas con un mayor nivel de responsabilidad, a su vez que les permitió mostrarse como ética y socialmente responsables (Callanan y Thomas, 2005 en Novelli, 2005).

La mayoría de las veces las organizaciones juran a los voluntarios que harán una diferencia positiva en el destino. Kate Simpson (2005) considera que en general

las organizaciones fallan al identificar las necesidades específicas de la comunidad local y, por ello, les hacen creer a los voluntarios que donde lleguen son de vital importancia. La ignorancia al momento de establecer contactos con la comunidad local o con las ONGs, hace que el número de proyectos crezca descomunadamente, para atender a todos los nichos, pero que solo un pequeño porcentaje de ellos sea verdaderamente sustentable para la comunidad local.

Hoy en día hay un gran mercado ofreciendo experiencias de voluntariado que, por su forma de venta y el tiempo disponible, se están asimilando al modelo de masas. Esta forma de comercializar la actividad pone en duda el valor y la utilidad de los proyectos voluntarios.

Para que el turismo forme parte del desarrollo debe ser parte de las aspiraciones y proyectos de la comunidad local, siendo siempre respetuoso de los valores y estructuras sociales del lugar. La OMT (1999) considera que el desarrollo turístico debe darse desde las raíces de la sociedad local, solo de esa forma se lo concibe como una actividad socialmente integrada y culturalmente beneficiosa (Conti y Cravero Igarza, 2010).

En conclusión, el voluntariado es considerado un agente de apoyo y desenvolvimiento de las comunidades en desarrollo pero, como hemos observado, la sostenibilidad de su labor depende de la organización consciente y respetuosa con los valores y necesidades locales, y la implantación de proyectos de largo plazo. Cuando el voluntariado y el turismo se cruzan, pueden observarse desde diferentes perspectivas y obtendremos diferentes formas de apreciar su impacto. En una primera instancia, la promoción y comercialización que implica el turismo se ve, económicamente hablando, como algo positivo pero, si lo vemos desde otras perspectivas (social o ambiental) las repercusiones cambian. Por otro lado, la mayor afluencia de voluntarios que accederán a la actividad obligarán (o tentarán) a otras organizaciones a adherirse al mercado, siendo estas no respetuosas o ignorantes de lo que realmente se trata la actividad. Estas son algunas de las consecuencias de la puesta en marcha de proyectos no sostenibles.

Origen del Turismo Voluntario

Resulta difícil concluir cuando turismo y voluntariado se cruzaron. Existen varias alternativas que dependerán de las definiciones de cada una de las actividades. Por ejemplo si definimos al turismo como el simple desplazamiento de un lugar a otro, y al voluntariado como el trabajo para ayudar a un tercero sin ser remunerado, podríamos decir que el turismo voluntario comenzó con los misioneros de la Iglesia del siglo XVI, quienes se trasladaban a diferentes lugares de manera voluntaria para ayudar y promulgar la biblia (Tomazos, 2009).

Siguiendo esta línea, pero ya en el siglo XIX, Gomes Paiva (2014), define como los primeros viajes de turismo voluntario a los realizados en la post guerra. Estos podrían incluir los viajes de Cèrèsole, la Sociedad Civil Internacional y los Cuerpos de Paz, entre otros. Los mismos se trataban de voluntarios organizados, viajando por una necesidad latente en comunidades arrasadas por la guerra o los desastres naturales. Butcher (2012 en Guttentag, 2009) sugiere que no existen posibilidades de que los voluntarios del Servicio Voluntario Internacional (VSO) o los Cuerpos de

Paz de 1960, se vieran a sí mismos como turistas bajo ningún sentido.

Desde otra perspectiva, ya pensando en el turismo como la actividad organizada que es, se toma como el primer viaje de turismo voluntario, el primer paquete que se vendió con esas características, es decir, el viaje sumado a componentes voluntarios. En este caso, según el sitio de la ONG Internacional, "Volunturismo", las primeras vacaciones de voluntariado fueron vendidas por la empresa Earthwatch en 1971 (Voluntourism, 2020).

Por último, el origen del turismo voluntario se relaciona directamente con el boom del turismo alternativo y sus múltiples formas, entre 1980 y 1990. La atención dada a la pobreza, el hambre, las desigualdades sociales, sumado a la explotación desenfrenada de los recursos naturales por parte del turismo de masas y sus impactos negativos sobre las comunidades receptoras abrieron el camino para la aparición del turismo voluntario, entre otras formas de hacer turismo (Ingram, 2008; Callanan y Thomas, 2005 en, Novelli, 2005).

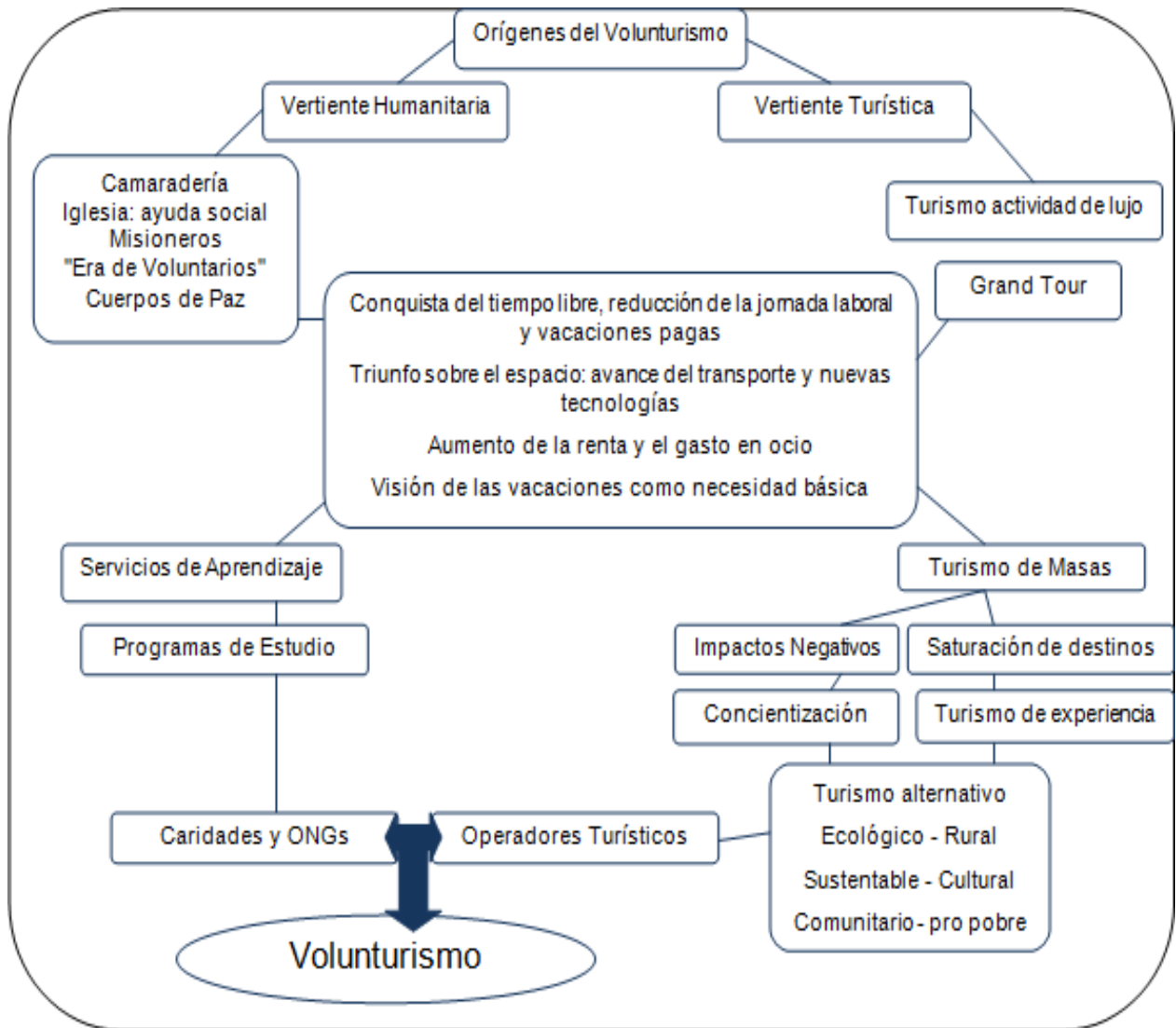
Existen dos vertientes paralelas de desarrollo en la historia: una es turística o de los viajes, y la otra humanitaria que incluye a los voluntarios. Visto de esta manera, ambas actividades evolucionaron en sus campos hasta llegar al formato actual, en el cual, ambas se entrelazan o, también podría decirse, uno absorbe al otro.

La comercialización del volunturismo comienza ligado a factores de ambas vertientes. Por un lado el voluntariado en su forma organizada, ONGs y organizaciones caritativas, entre otras, observa un incremento de simpatizantes y de donaciones, cuando la actividad se vincula a celebridades o causas internacionales. Los eventos tales como "Live Aid" (ayuda en vivo) promovieron estos sectores "caritativos" atrayendo más ingresos y más participantes.

El turismo, por su lado, va uniéndose a todas las ramas de actividades posibles con el fin de atender a toda la demanda potencial. La capacidad del voluntariado de generar beneficios económicos no fue pasada por alto y, es por ello, que muchas instituciones caritativas se unen a los operadores turísticos para captar mayores recursos. En el caso de los operadores turísticos su objetivo es involucrarse en proyectos sociales para promover una imagen de ética y responsabilidad (Callanan y Thomas, 2005). En este sentido se considera el surgimiento de la actividad hacia 1980 cuando ambas entidades comienzan a fusionarse (Ingram, 2008).

A continuación se presenta un esquema que intenta sintetizar y esquematizar lo explicado sobre los orígenes del turismo voluntario.

Figura 1. Orígenes del Volunturismo.



Fuente: Elaboración Propia en base a Gomes Paiva, 2014

Análisis Conceptual

El turismo voluntario ha sido llevado a cabo dentro de una amplia variedad de nombres, entre ellos: vacaciones voluntarias; mini misiones; turismo pro pobre; turismo altruista; vacaciones de servicio; y volunturismo (Tomazos, 2009). Aunque se presente con diferentes nombres, en definitiva se trata de una actividad turística que incorpora servicios voluntarios como parte de sus actividades y motivaciones.

Si bien existen diversas concepciones de esta nueva modalidad de turismo, la mayoría se asemeja a la de Wearing (2001), por ser una de las más completas y utilizadas. Él describe al mismo como, una forma de turismo que hace uso de las personas que están de vacaciones, que se ofrecen de voluntarios, ya sea para financiar o trabajar en proyectos de conservación, ayudar al desenvolvimiento de la comunidad receptora, la investigación científica o la restauración ecológica. Esta definición se enfoca únicamente en la actividad voluntaria dejando de lado otros aspectos importantes del turismo voluntario.

Para Ingram (2008), consiste en un concepto innovador que combina viajes y conciencia social creando un producto alternativo de valor, supuestamente, por basarse en motivaciones altruistas. Tomazos y Butler (2009), por su parte, lo consideran la práctica de individuales que van de vacaciones y ofrecen trabajo como voluntarios por causas dignas. En las definiciones anteriores podemos observar como el viaje, que en los orígenes del voluntariado se refería solo al desplazamiento, ahora, siendo más que eso, corresponde a unas vacaciones, a un producto turístico de valor.

Basilio Campaniço (2014) utiliza una definición más concisa que abarca también el componente turístico de la actividad. Para ella, se trata de una forma de turismo que une una misión social, característica del voluntariado, con la actividad económica, de ocio y placer que es el turismo. Uniendo aquí la importancia del turismo como parte de los componentes principales. La misión social hace referencia a lo que Wearing llamó proyectos, siendo estos el motivo principal del viaje de voluntariado.

A estas nociones, Lydia Bremen (2015) agrega, "es un tipo de experiencia turística donde un tour operador ofrece a los viajeros la oportunidad de participar en excursiones opcionales que tienen componentes voluntarios y un intercambio con los locales". La autora considera que el turismo voluntario es aquel que combina los sectores sin fines de lucro, voluntario y el turístico. Esto resulta interesante porque incluye la idea que dentro del turismo voluntario no está solo presente la empresa turística como organizadora sino también, alguna organización llevando a cabo las actividades de voluntariado.

Siguiendo esta línea el sitio de internet voluntourism.org, describe la actividad dándole igual importancia al voluntariado y al viaje, "la combinación consciente e integrada de servicios voluntarios a un destino, y los mejores y más tradicionales elementos de viajar como son arte, cultura, historia y recreación en ese destino" (Voluntourism.org, 2020).

Callanan y Thomas (en Novelli, 2005), consideran que el turismo voluntario tiene sus raíces en el voluntariado y, como tal, significa que las personas ofrecen sus servicios individualmente para cambiar algún aspecto de la sociedad. Más allá del viaje que hace al turismo voluntario más deseable, la idea de beneficios bidimensionales es lo que mueve a más personas a realizarlo. Esto quiere decir, que la actividad no sólo beneficia a la comunidad de acogida sino que también al voluntario a través del desarrollo personal. El turismo voluntario gira en torno a la creencia de que, el compartir en otros pueblos y culturas hacen a la transformación de la persona. Guttentag (2009) afirma que el turismo voluntario puede crear un mejor entendimiento entre las culturas gracias a la experiencia intercultural y las interacciones sociales.

Para Mendes y Sonaglio (2012), es considerado como una vertiente del turismo, que implica los viajes de turistas, para destinos donde puedan desenvolver trabajos voluntarios de diversas formas. Para ellos, la diferencia principal con las otras formas de turismo es que el turista no viaja solamente para conocer el destino sino que lo hace principalmente para llevar a cabo este tipo de acciones.

Podemos destacar de las definiciones anteriores algunos componentes de este tipo de turismo, como son los viajes a destinos turísticos, la realización de actividades voluntarias, la presencia de atractivos y la interacción social con residentes. Estos son algunos de los principales, a ellos Santos y Mc Gehee (2007 en Basilio Campaniço, 2014), suman el componente del dinero. Para ellos el turismo voluntario es la utilización de tiempo y dinero para viajar fuera de la esfera de vida habitual para ayudar a los que tienen una necesidad. A diferencia del voluntariado tradicional, en los cuales brindar ayuda era sin retribución y también gratuito, los viajes de voluntariado son abonados por los participantes. Es por ello que no solo están brindando tiempo sino que están pagando para luego poder realizar esas actividades voluntarias.

Como es sabida la experiencia turística no es un término objetivo firmemente definido. Varias personas pueden realizar la misma actividad en el mismo destino pero ninguna lo percibirá de la misma manera. En el caso del turismo voluntario cada viajero construirá el significado de su experiencia en base a su propia cultura y la socialmente adquirida, el propósito de su visita, sus compañeros, los valores preconcebidos y observados de la cultura local, las relaciones de poder entre ellos y los anfitriones, y esas relaciones dentro de esa cultura (Wearing, 2001).

Como última característica resulta importante establecer la diferencia entre voluntariado internacional y turismo voluntario. Si bien el primero lleva aparejadas ciertas características del turismo como es el desplazamiento, no necesariamente se considera turismo porque carece de otras de igual importancia como son las motivaciones ociosas que la actividad conlleva. Nick Kontogeorgopoulos (2014) define al servicio voluntario internacional como "un período de compromiso y contribución a la sociedad, organizado por empresas públicas o privadas, en el que voluntarios trabajan a través de la frontera internacional, por lo que reciben una pequeña o ninguna retribución monetaria". Para el autor, existen muchos tipos de voluntariado internacional, aquellos de medio tiempo durante las vacaciones, llamados de corto plazo, son tratadas como turismo voluntario, "una forma de turismo en la cual las actividades vacacionales son complementadas con servicio voluntario en las comunidades locales".

En resumen, el turismo voluntario puede ser visto como una actividad turística que incorpora servicios voluntarios, combinando cuestiones ambientales, culturales y humanitarias. El sentido del mismo no es sólo ocioso, sino que se busca beneficiar a los voluntarios (turistas) y, también a locales. Podría decirse que intenta satisfacer las necesidades de turistas que prefieren utilizar sus vacaciones, tiempo libre, para algo más que el placer, tienen el propósito de hacer una diferencia durante las mismas, disfrutando de una experiencia turística más beneficiosa.

Encuadre Turístico

Como ya se expuso anteriormente, debido a diversas cuestiones, en 1980 se comienzan a cuestionar las formas de consumo turístico y la explotación de

recursos que el mismo conlleva. A partir de allí se desarrollan nuevos y diversos tipos de turismo, todos encuadrados en lo que se conoce como turismo alternativo.

El turismo alternativo se considera en contra del turismo de masas y, por ello, ofrece experiencias turísticas alternativas, más exigentes, social y ambientalmente sostenibles (Wearing, 2001). Fernández de Liger (2006), lo define como "el conjunto de modalidades turísticas que tienen por objetivo ser coherentes y consistentes con los valores sociales, naturales y comunitarios que le permitan tanto al turista como al residente local disfrutar de la interacción". Uno de los nichos de mercado del turismo alternativo, es el turismo voluntario, entre otros.

El turismo sustentable es un tipo de forma turística que está basado en un enfoque integral de desarrollo, que demanda consistencia entre la economía, la sociedad, la cultura y el ambiente mientras que es sostenible a largo plazo. La sustentabilidad social se manifiesta cuando los objetivos del bienestar social son compatibles con los valores culturales y éticos, al mismo tiempo que cumple con la equidad. Este tipo de turismo fue uno de los primeros en desarrollarse cuando comenzó la preocupación por el impacto en los recursos (Fernández de Liger, 2006).

Wearing (2001), en su libro "Turismo Voluntario: Experiencias que hacen una diferencia", incluyó el ecoturismo como una de las ramas más reconocidas del turismo alternativo y, al mismo tiempo, un elemento relevante dentro del turismo voluntario. Este tipo de turismo es responsable y consciente. Promueve la conservación de ambientes naturales y propicia el involucramiento local. Se desarrolla principalmente en contextos naturales, y sus principales actividades son la observación y apreciación de la flora y la fauna.

El turismo responsable se trata de un movimiento social que plantea una forma diferente de hacer turismo, basado en principios sociales y económicos justos, en total respeto con el medio ambiente y la cultura. A su vez, reconoce la importancia de la comunidad local y su derecho a ser protagonistas del desarrollo turístico. A través de las relaciones de respeto busca fomentar el intercambio positivo entre la industria turística, las comunidades locales y los turistas (Pingel, 2007).

Otra forma alternativa de turismo que comienza a desarrollarse es el turismo justo. Se trata de una aplicación de los principios de comercio justo en la actividad turística, por ende, el sistema de producción de servicios turísticos tendrá una distribución equitativa del ingreso generado. Los actores dentro del turismo justo asumen un compromiso ético y actúan siguiendo principios de desarrollo sostenible, en todos los ámbitos (García Bottaro, 2016).

El turismo comunitario es un tipo de turismo responsable, una actividad económica y solidaria desarrollada en pequeñas comunidades. El centro de su interés son las actividades locales, al igual que sus recursos, el turismo es solo una herramienta adicional. Su punto fundamental es la participación de la comunidad local para la gestión y manejo adecuado de sus recursos, beneficios y patrimonio. Se trata, en definitiva, de un lugar gestionado comunitariamente (Gómez Gómez, 2014; Pingel, 2007).

Existe otra modalidad del turismo responsable. Nos referimos al turismo solidario. Sus características principales incluyen, la utilización de recursos locales en todos

sus aspectos (humanos, naturales, culturales, y otros), actividades a favor de las poblaciones locales y su gestión activa, organización justa y democrática, la distribución equitativa de beneficios, el respeto mutuo y la preservación natural y cultural (Pingel, 2007). Lo interesante de esta modalidad es que se trata de un viaje exclusivamente organizado hacia destinos solidarios, que necesitan de este aporte, se organizan en pequeños grupos que previamente realizan reuniones y se informan correctamente sobre el destino.

Por último, muchas veces el turismo voluntario se relaciona con el turismo pro pobre o turismo orientado a la pobreza (TOP). Esta línea surgió a finales de los 90, se trata de un corriente que se relaciona con el turismo sustentable, considerando al turismo como un medio para contrarrestar la pobreza. El turismo pro pobre más que a un tipo de turismo responde a una estrategia que los destinos aplican para reducir la pobreza en sus destinos. Esta estrategia busca incorporar a los pobres en el mercado mediante la aplicación de proyectos turísticos viables que aumenten los puestos de trabajo y los negocios (Gómez Gómez, 2014).

Estos tipos de turismo, si bien diferentes, también parecidos, se superponen o se unen para lograr una mejor experiencia turística. Teóricamente, buscan promover el desarrollo local utilizando al turismo como herramienta. En la práctica, la mayoría de las veces se trata de formas más vendibles de un turismo más sensato.

En resumen, todas estas modalidades caen por debajo del paraguas del turismo alternativo. Podría decirse que el ideal dentro de la actividad turística sería encontrar una forma de turismo respetuosa en todos los ámbitos y con todos los actores, por ello, el turismo responsable apunta a esa potencial realidad. Al mismo tiempo, puede observarse como este turismo hace referencia a las otras formas cuando tienen como propósitos los principios básicos de la misma: equidad, sustentabilidad y tolerancia. Si prestamos atención todas las formas de turismo anteriores apuntan a estos principios, pero no todos se desarrollan de la misma manera.

Resulta erróneo utilizar como sinónimos todos estos tipos de turismo. En primera instancia, el ecoturismo, utilizado por Wearing (2011) como elemento del turismo voluntario, comparte la característica de la conservación del ambiente pero, si el voluntariado es llevado a cabo dentro de una ciudad, por ejemplo, no sería ecoturismo sino solo turismo voluntario, por lo que no es característica excluyente.

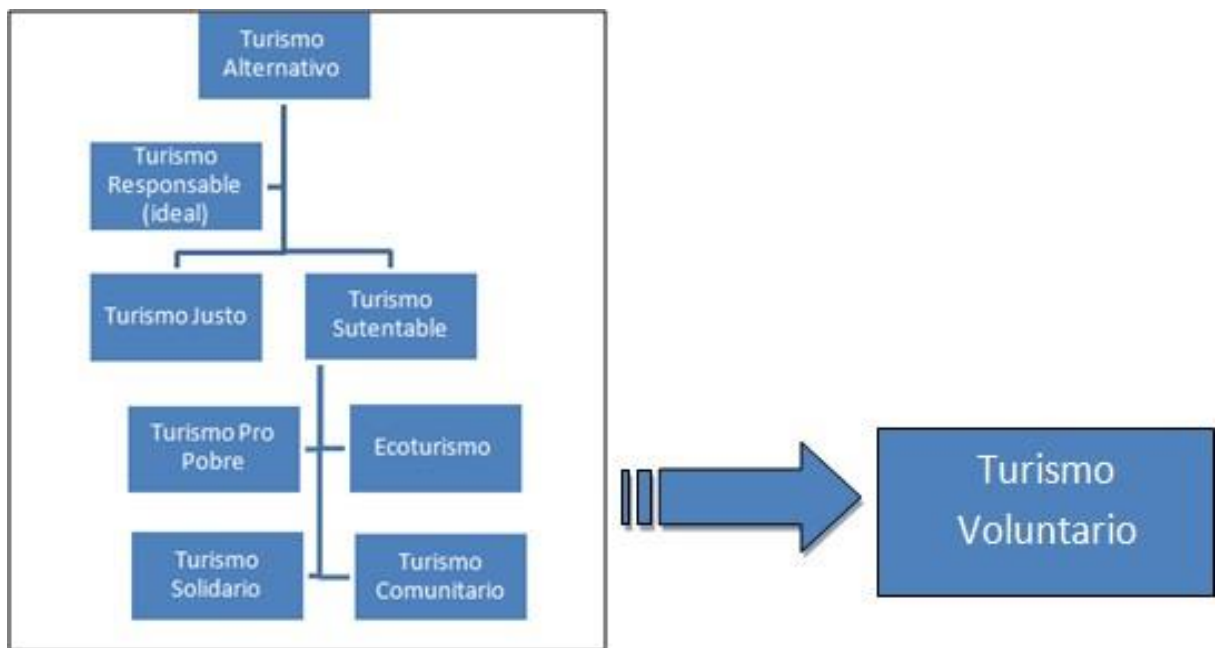
Por otro lado, tanto el turismo justo como el turismo pro pobre se tratan de herramientas de desarrollo, o también formas de producción turística, por ende si se aplican sus principios, pueden adaptarse a varias formas de turismo y no solo al turismo voluntario.

Otra confusión se presenta cuando se habla de turismo comunitario, solidario o voluntario. El primero se trata de la gestión comunitaria en ciertos destinos que funcionan de esa manera, si bien dentro de ese destino puede haber voluntarios, su definición como comunitario dependerá del tipo de gestión que lleve adelante. Por otro lado, que el turismo solidario contenga acciones solidarias no lo convierte en voluntariado. Mientras que el viaje de turismo voluntario es preparado para que el turista realice una ayuda concreta en el destino, con trabajo, asesoramiento o donaciones, el turismo solidario apunta a promover la economía

consumiendo directamente de la economía local y así promover al desarrollo (Pingel, 2007).

El turismo voluntario tiene como característica principal el deseo genuino, por parte de sus participantes de realizar actividades de voluntariado. Esto mismo, es lo que lo diferencia de las otras formas de turismo alternativo.

Figura N° 2. Encuadre del Turismo Voluntario



Fuente: Elaboración Propia

La figura número dos intenta esquematizar la relación existente entre los diferentes tipos de turismo que comúnmente se asocian al turismo voluntario. El mismo, como ya hemos visto, se basa en ciertas prácticas específicas en favor del beneficio social que realizan los turistas en destino. Este tipo de turismo podría incluir dentro de su organización todas las otras modalidades, por ejemplo, podría organizarse de manera comunitaria, incluir un espacio verde y realizar ecoturismo, o implementar el comercio justo entre los actores. Si bien las prácticas de los mismos pueden intersectarse, esto no convierte a los mismos en sinónimos y no debe confundirse una actividad con la otra.

Actores del Turismo Voluntario

El turismo voluntario funciona en gran medida por la colaboración intersectorial entre empresas. Involucra personas que viajan, generalmente desde países desarrollados a sub desarrollados, la comunidad local, el sector privado y la sociedad civil (intermediarios). A continuación nos disponemos a resumir brevemente cada participante de esta nueva modalidad de turismo.

- Turista Voluntario

El turista voluntario, es uno de los actores principales de la actividad. Según Wearing (2001), la actividad se enfoca en específico en ellos. Los define como "aquellos turistas que por varias razones, realizan trabajo voluntario en un modo organizado para tener vacaciones que involucren asistir o aliviar la pobreza material de algunos grupos de la sociedad, la recuperación de ciertos ambientes, o la investigación de aspectos sociales o ambientales".

Gómez Gómez (2014) en su tesis "Turismo de Voluntariado", lo reconoce como huésped, y lo define como el consumidor de los productos y servicios de la experiencia turística de voluntariado. Al mismo tiempo comenta que en general estos turistas no se perciben a sí mismos como tales, sino como voluntarios, y de hecho, algunas organizaciones evitan llamarlos así, al igual que la experiencia en general (no como turismo) porque podría implicar una connotación negativa en la percepción.

- Comunidad Local

El habitante de la comunidad receptora, el residente o el anfitrión como también se lo llama, es quien acoge al turista y al turismo. Siguiendo a Gómez Gómez, la comunidad local es la que se encarga de acoger, guiar, producir, organizar y llevar a cabo la experiencia de turismo voluntario. Para ella la comunidad local es la organización que se encarga de brindar los servicios turísticos, más específicamente, un intermediario.

A diferencia de ella, González Damián (2004), define, "la comunidad de acogida es aquella a la que el turismo debería beneficiar pero, en general, se la deja al margen". Los proyectos de voluntariado están diseñados para proveer ayuda a la comunidad local. La misma, debería ser el aspecto central para los proveedores del turismo voluntario. Para González Damián, y para los fines de esta investigación, la comunidad local es aquella que es participante y se ve afectada tanto positiva como negativamente por la actividad llevada a cabo, en este caso la actividad voluntaria.

En general, la comunidad local solo es la que recibe los impactos de la organización del turismo voluntario en las esferas de su espacio geográfico. Rara vez participan en la organización y gestión de estas actividades y, casi siempre, son llevadas a cabo por tour operadores o empresas sin fines de lucro que se asocian a ellos.

- Intermediarios

En sus comienzos el turismo voluntario era limitado en escala con poca asistencia y pocas oportunidades disponibles (Tomazos y Butler, 2009). Hoy en día, existen muchas organizaciones y compañías diferentes que lo comercializan o promueven, entre ellas están: las organizaciones sin ánimo de lucro, las no gubernamentales, académicas, grupos religiosos y, las que tienen ánimo de lucro o tour operadores, estas últimas también reconocidas como compañías de viajes.

Los intermediarios aquí mencionados hacen referencia a aquellas organizaciones que se encargan de preparar y organizar el voluntariado y las actividades a realizar por los turistas. En este sentido son las que reciben a los voluntarios en la

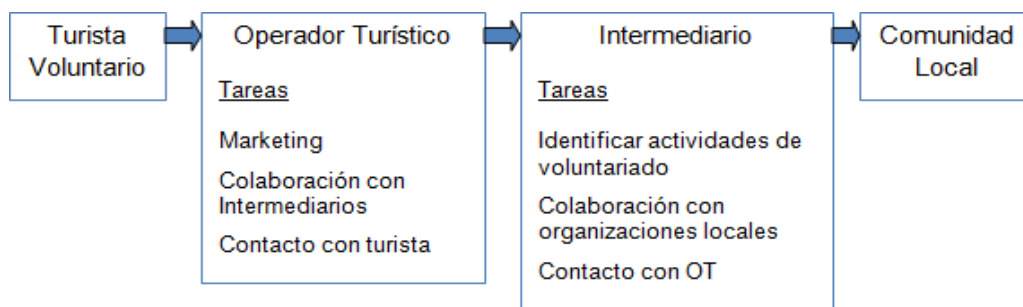
comunidad local y, por ende, son las que se asocian con el operador turístico para la comercialización de las actividades.

- Operador Turístico

Son los intermediarios entre la oferta y la demanda. Empresas turísticas o individuales dedicadas a la comercialización de paquetes de viaje o asesoramiento turístico. En este caso se trata de empresas que comercializan turismo voluntario, ponen al turista en relación con el intermediario local.

Muchos operadores turísticos comenzaron a incluir paquetes de turismo voluntario para cubrir las demandas de sus clientes, a fin de cuentas, el turista voluntario pagará por su viaje al igual que otros turistas. Solo pocas empresas comentan realmente a donde se dirige el dinero que pagan los clientes y, muy poco de ese dinero se dirige realmente a la causa en cuestión. Actualmente no existe regulación alguna para que los tour operadores seleccionen sus proyectos, o los participantes para ciertos proyectos, responsablemente (Bremen, 2015).

Figura N°3. Actores del Turismo Voluntario



Fuente: Elaboración Propia

Tipos de Proyectos

Los proyectos de voluntariado se encuadran en diferentes campos de acción que, juntos intentan abarcar todo el espectro disponible de accionares. Estos son: ambientales, sociales/comunitarios, de cooperación para el desarrollo o de apoyo sanitario. En función de cada uno de estos campos de acción podremos encontrar una serie de proyectos que se vincularan con ellos y, a su vez, dentro del mismo una serie de actividades que ayudana su consecución.

Callanan y Thomas (2005 en Novelli, 2005) definieron, en base a un relevamiento de empresas proveedoras de turismo voluntario, 11 tipos de proyectos del mismo. Elegir un proyecto no necesariamente implica realizar todas las actividades que en él se definan, sino que se trata de un rango de posibilidades en colaboración de ese tipo de proyecto, una lista de formas de ayudar al mismo. A continuación nombraremos los proyectos definidos por las autoras y un resumen de las posibles actividades dentro de ellos.

- Bienestar Comunitario: cuidado de ancianos o de niños, ayudar en

refugios, servicios sociales, asistencia legal, asesoramiento, trabajo juvenil, ayuda a discapacitados, apoyo a acciones de paz, asesoramiento sobre enfermedades, entre otras cosas.

- Enseñanza: enseñar un idioma en el extranjero, apoyo escolar, entrenamiento vocacional.
- Desarrollo de Negocios: trabajo en granjas, proyectos de finanzas, en negocios locales.
- Regeneración Ambiental: conservación, preservación de vida salvaje, conservación de bosques y plantas, jardinería.
- Construcción: nuevos edificios para el bien social (hospitales, escuelas), renovación, restauración.
- Desarrollo Cultural: programas personales (por ejemplo, empoderamiento de lamujer), trabajo cultural o en arte.
- Investigación y Educación del Ambiente: vías de interpretación, investigación animal o vegetal, aprendizaje sobre el ambiente, mapeo de áreas.
- Protección Ambiental: preservación, cuidado de la tierra, monitoreo y rehabilitación de la vida salvaje, trabajo de guarda bosques.
- Medicina: en hospitales, prácticas internas, trabajo con pacientes específicos (porejemplo: pacientes con cáncer o sida).
- Otros varios: periodismo, prensa, desarrollo del lenguaje, comunicación, deportes.

Otros autores como Dingle (2001, en Rochester, Paine y Howlett, 2010), utilizan una clasificación más general pero que, de igual manera abarca todas las especialidades o los campos de accionar. Para él, los proyectos se definen como: actividades comunitarias; emergencias naturales; asistencia social; asistencia personal; derechos humanos; educación; cuidado de la salud; ambientales; de recreación y de investigación.

Estos campos de acción representan las posibilidades de voluntariado que tiene el turista a la hora de elegir. Las actividades antes mencionadas no son más que una diminuta parte de las opciones potenciales. Más adelante podremos observar que muchas veces, debido a la demanda del turista voluntario, aparecen actividades nuevas en función de la especialidad o las necesidades que tenga este último.

División en Función de la Duración

Otra de las formas de dividir los tipos de proyectos es en función al tiempo. Esta puede estudiarse desde dos perspectivas. La primera es el establecimiento de un tiempo necesario para atender cierto proyecto, por ejemplo, la construcción de un hospital en 3 o 6 meses. En este caso los voluntarios suelen ser requeridos con la condición de alcanzar el objetivo. Este tipo puede ser un voluntariado de corto o largo plazo.

La segunda perspectiva se basa en el tiempo disponible que tiene el voluntario, es decir, será más corto o más extenso según lo que el mismo quiera invertir en él.

Entonces, en función de la duración se reconocen dos tipos, corto y largo plazo.

Rochester, Paine y Howlett (2010) los definen como:

- Corto plazo: entre 2 y 8 semanas, trabajando apenas algunas horas al día. Este tipo es un nuevo fenómeno de voluntariado en el cual las causas son poco profundas al igual que el interés por parte del voluntario y, por ende, el impacto que ocasiona.
- Largo plazo: voluntariados de períodos entre 6 meses y los 2 años. Conlleva un nivel alto de dedicación a la causa u organización, además de un fuerte sentido de pertenencia en la misma, aunque para definiciones de turismo ya no se consideraría parte de la actividad, siendo que deben ser menores a un año.

División en Función de las Características

Esta última diferenciación dentro de los proyectos de voluntariados incluye a las dos anteriores entre otras características. En este caso se hablará de voluntariado tradicionalo clásico, y de voluntariado nuevo o moderno.

El voluntariado tradicional o clásico, se trata de una forma desinteresada de ayuda que puede brindarse en la esfera local como fuera, siempre respetando la concepción cultural del lugar. Sus campos de acción también refieren al respeto, la inclusión, y la identidad del lugar en el que se encuentra. Al mismo tiempo, se trata de un compromiso de largo plazo, regular e incondicional con la causa. Por último el voluntario no pretende beneficio alguno sino que se expresa de manera totalmente unilateral y altruista.

El nuevo voluntariado es exclusivamente de viajes, y basado en intereses personales. A la hora de elegir un campo de accionar se inclina generalmente por la elección personal en función de las preferencias o las necesidades de la organización, y no por el proyecto en sí. La duración de su accionar es corta e irregular, rara vez se repite. En cuanto a los beneficios, siempre espera obtener algo a cambio, es decir, espera que sea bidimensional. Otra característica que lo diferencia del anterior es que el voluntario paga por su viaje.

Capítulo 3: Proveedores de Volunturismo

Análisis de la Actividad Turística entorno a los Voluntariados

Como base para el análisis del turismo voluntario en nuestro país se realizó un relevamiento vía internet de las empresas que comercializan esta modalidad de turismo en Argentina identificando como trabajan, a quien se dirigen, el tipo de voluntariado que ofrecen, si colaboran con causas específicas, si tienen algún tipo de requisito, entre otras cosas.

El primer paso fue hacer una búsqueda en google de las palabras "Voluntariado en Argentina" y así poder realizar un análisis rápido de las formas de encontrar este tipo de información. La búsqueda arroja cerca de 10 millones de resultados (Google, 21 de mayo de 2020). Cuando se inicia la búsqueda de un voluntariado nos encontramos con diferentes formas en su comercialización: páginas web de diferentes empresas que ofrecen esta modalidad, plataformas de intercambio de trabajo, fundaciones, asociaciones y páginas que contienen las opciones anteriores recopiladas en listas. Estas últimas, plataformas de promoción, recopilan las ofertas en el área de interés más un poco de información sobre el voluntariado y, una vez decidido, te dirigen hacia la página web de la empresa. Es importante aclarar que estas formas de comercialización están presentes en todo el mundo y no solo en nuestro país.

Tras identificar las páginas de recopilación de voluntariados, se procedió a descartarlas del análisis principal debido a que nos interesa la información de cada empresa y no la repetición de la misma. Se utilizaron estas páginas como base para conocer más propuestas de voluntariado ya que muchas de ellas no aparecen en el listado del buscador en primera instancia.

Otra de las formas en la que aparece el voluntariado en Argentina es a través de fundaciones o asociaciones. Éstas reciben donaciones, no corresponden a asociaciones del gobierno, ni tampoco a empresas comercializadoras de voluntariados pero, según lo que pudo observarse en sus páginas web, si aceptan ayuda voluntaria tanto de nacionales como de extranjeros. La mayoría no cuenta con programa de reclutamiento de voluntarios y, por ello, no fueron analizadas para esta investigación, aunque, hay excepciones y las mismas si formaron parte.

A esta altura es necesario aclarar lo que para esta tesis es tratado como participante en el análisis. En primer lugar será un voluntario aquella persona que por voluntad propia realice acciones solidarias en beneficio común de un tercero o una comunidad (Ley 25855, 2010). A su vez, en este análisis será tomado como volunturista o viajero voluntario (y objeto de estudio) la persona que por motivos de turismo (conocer un nuevo destino y cultura, así como el esparcimiento) viaje fuera de su entorno habitual por más de 24 horas y menos de un año y, dentro de este período decida realizar acciones de voluntariado (Glosario de términos de turismo, 2020). Al mismo tiempo, también será considerado volunturista aquel que viaje por un voluntariado y realice en el destino turismo.

Teniendo en cuenta lo anterior se descartaron fundaciones y organizaciones locales de ayuda social dentro de su propia comunidad ya que, para considerarlos en este análisis deberían viajar fuera de este entorno habitual y por un período algo mayor, además de realizar alguna actividad turística.

Otra característica tenida en cuenta al momento del relevamiento es el tipo de acciones que se considerarían dentro de esta investigación. En el capítulo anterior, Callanan y Thomas (2005), definieron las categorías principales de voluntariados como: bienestar comunitario, educación, desarrollo de negocios, regeneración medioambiental, construcción, desarrollo cultural, investigación, educación y protección ambiental, medicina, periodismo, entre otros.

Para esta investigación en particular se analizaron las empresas que en Argentina ofrecen voluntariados sociales, que abarcarían según la definición anterior: el bienestar comunitario, educación, desarrollo de negocios y cultura, y medicina. Las actividades que fueron tenidas en cuenta en el momento del relevamiento son: la asistencia médica como apoyo en hospitales y salas de emergencia, el desarrollo económico y social comunitario, educación como soporte escolar, enseñanza de un nuevo idioma, y otras que incluyen personas o niños para el entretenimiento y la contención de los mismos. Estas actividades suelen llevarse a cabo en centros comunitarios, salitas de barrio, comedores infantiles, centros de ayuda, orfanatos, escuelas públicas o privadas, entre otros lugares.

Aclarado esto, luego de descontar las organizaciones con voluntarios locales y las plataformas de recopilación de voluntariado, nos encontramos con las diferentes organizaciones que ofrecen turismo voluntario, las que definiremos a continuación.

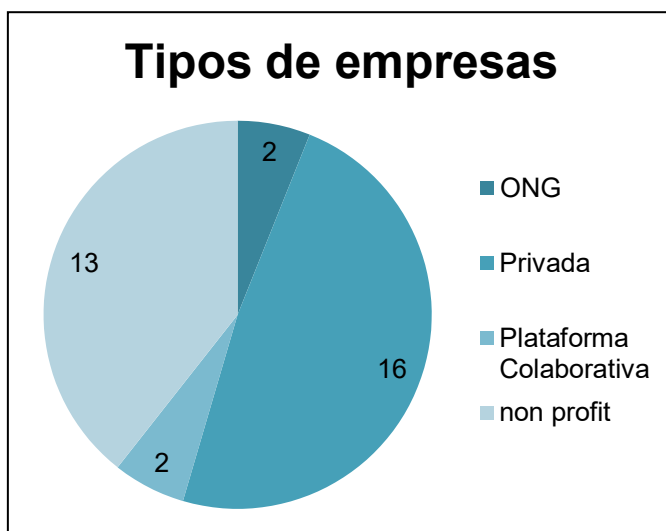
Tipos de Empresas

Existen diferentes tipos de organizaciones comercializadoras de paquetes de turismo voluntario. El relevamiento llevado a cabo para esta investigación reveló las formas en que se encuentran en nuestro país, estas son, definidas por ellas mismas: empresas privadas, plataformas colaborativas y empresas sin fines de lucro. De las últimas se desprende, también, una subdivisión entre privadas y públicas, a las primeras las llamaremos "non profit" por sus siglas en inglés y las segundas como ONG (Organizaciones No Gubernamentales).

El cuadro siguiente nos enseña que se encontraron 33 empresas en total que ofrecen voluntariados sociales en el país, de ellas, 16 son privadas, 13 son non profit, 2 son ONG y 2 plataformas colaborativas. Para reconocer la razón social de cada una es necesario internarse en sus respectivas páginas. Se pudo corroborar que las empresas non profit hacen mucho hincapié en el hecho de ser "sin ánimo de lucro", idea que se comentó en capítulos anteriores. El resto de las empresas no hace alusión a su razón social, se definió por defecto o de acuerdo a sus características, por ejemplo, si tienen páginas muy desarrolladas pero no aclaran ser "sin ánimo de lucro" se trata de empresas privadas, debido a que cuentan con los medios para este desarrollo, además las ONG poseen páginas poco desarrolladas y con poca actualización. Las plataformas colaborativas también cuentan con un desarrollo visual web más sencillo pero efectivo, y lo que

las diferencia de las demás es la cantidad de proyectos y la posibilidad de interacción con todos los participantes.

Gráfico 1: Tipos de empresas proveedoras de turismo voluntario



Fuente: Elaboración propia en base a relevamiento de empresas

Paolini y Odriozola (2019) definen en su libro "Diferentes tipos de Organizaciones. ¿Por qué no son todas iguales?", a las mismas en base a sus características y su rol en la sociedad.

Para ellas, una empresa privada es creada a partir de un dueño, o varios, que invierten un capital con un fin último que es un beneficio a través de la prestación, en este caso, de un servicio. A este tipo de organizaciones se las conoce como "organizaciones con ánimo de lucro" o "for profit". En nuestra investigación reconocimos en Argentina 16 empresas privadas comercializadoras de paquetes de turismo voluntario.

A diferencia de las privadas, las asociaciones sin ánimo de lucro persiguen el beneficio de un tercero, buscan aliviar el sufrimiento, promover intereses de los pobres, proteger el medio ambiente, impulsar el desarrollo común, entre otras cosas. También llamadas empresas del Tercer Sector o de la Sociedad Civil, se inscriben en la esfera privada, son independientes del Estado, poseen personería jurídica, y sus objetivos son no comerciales. Las más conocidas de este tipo de empresas son las ONG, cuyo ingreso depende total o parcialmente de donaciones y trabajo voluntario. Dentro de este tipo de organización se encontraron en la investigación 15 empresas que dicen ser "sin ánimo de lucro". Teóricamente deberían incluirse dentro de la categoría de ONG pero evaluando sus actividades, su forma de desenvolvimiento, venta, cantidad y tipo de proyecto, 13 de ellas se acercan más a una empresa privada. En total solo se encontraron 2 ONG ofreciendo intercambio voluntario.

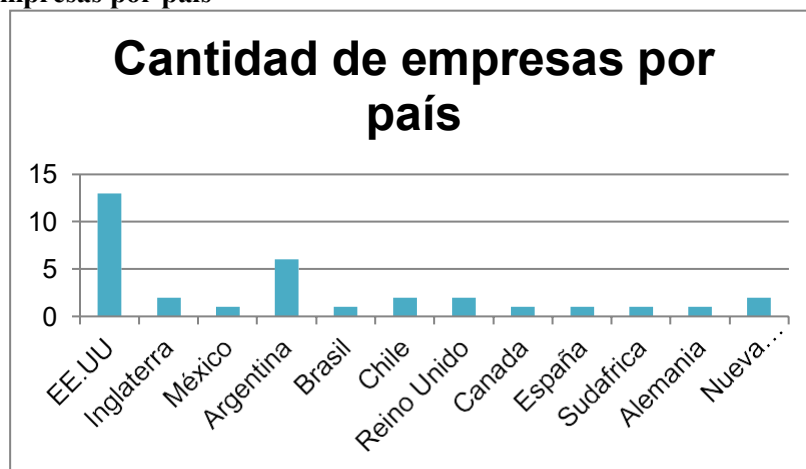
Estas 13 empresas que llamamos "non profit" para diferenciarlas de la ONG

tradicional pero también es así como ellas se autodefinen, poseen características mixturadas entre esta última y una empresa privada. Sus objetivos son el bien común pero también el lucro por parte de la empresa, de hecho son las que menos informan acerca de la utilización del dinero como veremos más adelante. Estas empresas se desenvuelven gracias a la actividad comercial de vender y proveer a turistas de paquetes de turismo. Una organización sin ánimo de lucro, según Paolini y Odriozola (2019), no se desenvuelve en el ámbito comercial por lo que no puede hacer una distribución de utilidades tradicional. La razón por la cual se cree muchas empresas se inscriben como "sin ánimo de lucro" es que las mismas dentro de los marcos legales, se encuentran exentas de pagar impuestos por poseer fines solidarios (Administración Federal de Ingresos Públicos, 2021).

Por último, llamaremos "plataformas colaborativas", a aquellas empresas en las cuales el fin último es el trabajo colaborativo entre miembros. En ellas los miembros se dividen en voluntarios y anfitriones, y la idea es que entre ellos exista un intercambio de "ayudas". Según el programa de Voluntarios Internacionales (VNU, 2000) el voluntariado actual se basa en las antiguas tradiciones basadas en el compartir y el intercambio mutuo. En estas plataformas, el voluntario ofrece sus servicios para lo que el anfitrión necesite y este le ofrece a cambio alojamiento, comida, clases de idiomas, paseos, entre otras cosas. Se incluye esta categoría de forma de acceso a voluntariados ya que muchas de sus características coinciden con las formas de turismo voluntario. Se trata de actividades voluntarias, llevadas a cabo por el bien común (turista y anfitrión), fuera de los entornos habituales, con posibilidad de hacer turismo y tener un intercambio social. Analizando sus páginas web se puede observar que esta modalidad de intercambio abarca todos los rangos de voluntariado disponibles, entre ellos, sociales que es el estudiado en esta investigación.

El gráfico siguiente nos muestra el porcentaje que abarca cada país de origen en cuanto a la cantidad de empresas en nuestro país. El 40% de las empresas analizadas es de origen estadounidense (13 empresas) y en segundo lugar con un 18% se encuentran las empresas argentinas (6 empresas). Inglaterra, Chile, Reino Unido y Nueva Zelanda representan 6%, cada uno, del total de empresas (2 respectivamente) y con una empresa cada uno México, Brasil, Canadá, España, Sudáfrica y Alemania.

Gráfico 2: Empresas por país



Fuente: Elaboración propia

Coincidiendo con el origen del turismo voluntario, el inicio de la mayoría de estas empresas coincide con el boom del turismo alternativo en el mundo en la década del '90, y la búsqueda de nuevas formas de realizar turismo, según Callanan y Thomas (2005), influenciados por la nueva sociedad de la culpa y la consciencia. De las empresas comprendidas en esta investigación 22 fueron fundadas después de 1990, de ellas 17 fueron creadas luego del boom del turismo voluntario en los años 2000. Del resto de empresas 5 no especifican su fecha de creación y las 6 restantes se iniciaron antes de 1990. Entre estas últimas encontramos empresas privadas, non profit e incluso una ONG. Esta información nos permite observar que la creación y/o fundación de la mayoría de las empresas que comercializan el voluntariado coincide con el boom mundial en viajes, concientización e internet, todo ello colaboró con el desarrollo del reciente "turismo voluntario" (Callanan y Thomas, 2005).

Destinos Nacionales

Según el Primer Informe sobre el estado del Voluntariado en el Mundo (UNV, 2011), todas las sociedades del mundo cuentan con una ética del voluntariado, aunque la misma sea diferente en cada lugar. Argentina no es la excepción. En casi todo el territorio nacional encontramos alguna forma, opción u oferta de voluntariado. En esta investigación nos orientamos a las ofertas del voluntariado social por ello, se identificaron las provincias en donde el mismo se encuentra organizado. El destino principal que ofrecen las empresas es la Provincia de Buenos Aires (26 ofertas), y en general en zonas cercanas al centro de la ciudad (cono urbano) o ciudades no muy alejadas del mismo (Bahía Blanca, Mar del Plata, Necochea). En segundo lugar, y con la mitad de ofertas de Buenos Aires, está la provincia de Córdoba donde ocurre lo mismo que en la anterior, el foco de voluntariados está en la capital de la provincia y en pocos casos en ciudades más pequeñas, por ejemplo Villa María. Luego, las propuestas de voluntariado comienzan a esparcirse en menores cantidades y lugares. Río Negro y Mendoza presentan 4 opciones para realizarlo

cada una. En el primer caso, las opciones son todas en la ciudad turística Bariloche. En el caso de Mendoza se reparten entre la ciudad capital y la ciudad de San Rafael, foco turístico reconocido. El resto de las provincias presentes con voluntariados sociales tienen entre 1 y 2 ofertas cada una con la particularidad de ser los menos promovidos u organizados. Las únicas plataformas que contienen mayores destinos son las colaborativas, no en tanto las privadas o non profit, éstas se concentran en las ciudades más cosmopolitas de nuestro país.

Se pudo constatar también, a través del relevamiento que al igual que las provincias, el número de proyectos también varía con el destino. Las empresas que ofrecen proyectos en provincias como Formosa o Misiones, ofrecen sólo un proyecto allí, y no una variedad de los mismos como es el caso de las provincias de Buenos Aires o Córdoba. Estas últimas no solo son las más elegidas como destinos sino como también para crear y promover el mayor número de proyectos de diferentes tipos y objetivos.

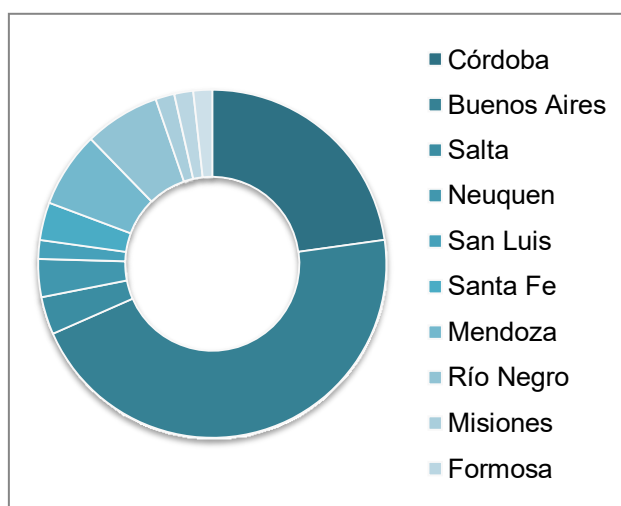
Esta información ayuda a corroborar los efectos del turismo en la actividad

voluntaria. La misma, siendo fuente de trabajo social para el bien común no se encuentra desarrollada en las provincias y localidades que más lo necesitan, en el caso de Argentina podríamos nombrar, como ejemplo, la Provincia de Chaco siendo una de las más afectadas por la pobreza y la indiferencia política. En capítulos anteriores hemos dado cuenta de como para poder ser una forma de turismo la actividad necesita de las bases mismas de este para poder realizarse y, como puede verse, necesita de los atractivos y centros de dispersión brindados.

Con esto no quiere decirse que en los lugares donde si está organizada, la actividad voluntaria no sea necesaria pero, se intenta enfatizar la importancia que tiene el turismo por sobre el gesto solidario.

El cuadro siguiente intenta representar el volumen de proyectos por cada provincia en nuestro país, deja en evidencia como la actividad voluntaria se desarrolla no en los lugares que más necesitan de su impacto positivo sino, en los polos turísticos o desarrollados de nuestro país.

Gráfico 3: Cantidad de empresas por provincia en Argentina



Fuente: Elaboración propia

Costos

Siguiendo con el análisis de empresas, encontramos que más del 90% de las empresas son privadas con o sin fines de lucro, esto quiere decir que se financian de los aportes de particulares, voluntarios, o inversiones. Todas estas empresas cobran un dinero al voluntario ya sea para registrarse como para participar en alguna actividad.

La forma más económica de acceder es por medio de las plataformas colaborativas o también podríamos llamarlas de "intercambios", de las que encontramos solo 2 opciones en nuestro país. En las mismas se paga solo una membresía al registrarse independientemente si el uso de la plataforma es elevado o bajo. La misma es de 11 y 50 dólares anuales en cada una. A través de estas plataformas se puede acceder a todos los tipos de intercambios y hay opciones en casi todo el país, es el tipo de empresa más variado y con mayores opciones. El

participante accederá a la oferta que más le convenga ya que en la página se aclaran todas las características y requisitos. Se puede acceder a habitaciones privadas o compartidas, comidas, paseos, clases de español, inserción a la cultura local, y algunas cosas más solo por 4 a 6 horas de trabajo diarias y, tal vez, fines de semana libres, todo depende del anfitrión y la elección del voluntario.

El resto de las empresas privadas cobra una cuota de entre 200 y 1800 dólares por semana. Existen variadas opciones y de allí el amplio rango de precios, depende de lo que la empresa ofrece a cambio de acceder al mismo. Por lo general, todos ofrecen alojamiento en casa compartida, el mismo puede ser en casa de familia o en una casa con otros voluntarios; soporte las 24 horas; pick up en aeropuerto; contacto con el proyecto de voluntariado; certificado de participación y fines de semana libre. Otras ofrecen un paquete más completo agregando comidas, drop off, clases de español, entrenamiento, tour turístico, habitación privada, celular, laptop, tarjeta para transporte público, entre otras cosas. Son pocas las empresas que ofrecen una donación a la causao familia de acogida, y solo una que ofrece monedero al participante.

En ambos casos el pago es previo al viaje y en algunas empresas privadas el mismo debe realizarse incluso 30 días antes. En estas últimas también puede accederse a semanas extra de estadía por algún monto, por lo general menor, a lo que en principio cuesta la semana de voluntariado. Solo dos empresas coincidieron en que el último pago del viaje se realice a la familia de acogida, en un caso era al llegar al alojamiento y en el otro dos semanas antes de viajar.

En el caso de las ONG, solo se encontraron dos casos, las mismas no cobran, son gratuitas para los voluntarios aunque su acceso es un poco más complicado, por ejemplo, se piden referencias.

Es importante aclarar que en ninguno de los casos anteriores se incluyen gastos como los aéreos para ir y volver al destino, dinero para gastar allí, experiencias previas, sólo 5 ofrecen seguro de viaje incluido y solo 6 algún tipo de actividad extra, por ejemplo un tour por la ciudad.

Del total de empresas investigadas solo 6 de las privadas dicen como distribuyen el dinero ingresado que, según las mismas, se dirige a gastos administrativos de las páginas web y la organización en destino para el voluntario, así como el mantenimiento del personal. Una de las ONG también especifica de donde reciben cada proporción de su financiamiento y a qué lo destinan. En el caso de las plataformas colaborativas, al leer sus historias también se dice que el dinero es para gastos administrativos y mantenimiento de las plataformas.

La información obtenida acerca de los costos deja muchas ambigüedades expuestas en relación con la definición de la actividad. Desde sus inicios el voluntariado ha sido brindado gratuitamente por tratarse de un hecho desinteresado, en el mismo nadie, ningún actor participante, esperaba ninguna recompensa más que el beneficio común de estas acciones. Hoy en día, el operador recibe un pago, como pudimos observar poco de este dinero va directamente a manos de la causa, que es, supuestamente, el motivo por el cual el voluntario se traslada.

Varios autores coinciden en que este viaje resulta mucho más económico de lo

que realmente costaría una estadía sin el proyecto voluntario. Lo que hace dudar de las verdaderas motivaciones del participante hacia la acción voluntaria (Clost, 2011; Guttentag, 2009; Ingram, 2008).

Duración

En cuanto a la duración de los proyectos varía de empresa en empresa y por tipo de los mismos. Los viajes en las empresas privadas, non profit, tienen una duración mínima de una semana y un máximo de 24 semanas, lo mismo con las empresas privadas con fines lucrativos. Algunas de estas empresas tienen estadías mínimas de entre 2, 4 o 6 semanas. Las que tienen menos exigencia son las non profit con una semana como mínimo de estadía, mientras que en las empresas privadas encontramos más casos de mínimo en 4 semanas. El intercambio de trabajo en las plataformas colaborativas es de entre 2 y 12 semanas dependiendo el proyecto. En cuanto a las ONG, una de ellas tiene un mínimo de un año para dedicarse al proyecto mientras que la otra es entre 3 y 8 semanas máximo.

La duración de cada proyecto en el caso de las empresas privadas y non profit depende de varios factores como la voluntad del voluntario, el tiempo disponible, el tipo de voluntariado (siendo los medicinales los más extensos) pero, el factor principal del mismo es según lo que el voluntario esté dispuesto a pagar por el mismo. No sucede lo mismo en el caso de las ONG ya que en las mismas los proyectos están predefinidos de ante mano y no en función de la necesidad del voluntario, mínimos de 1 mes en un caso y 12 meses en el segundo. Las plataformas colaborativas están en un punto intermedio entre las dos opciones anteriores ya que, el trabajo necesario está planteado de ante mano como es el caso de las ONG pero, al igual que en las empresas privadas dependerá de la decisión, las ganas, y el tiempo que el voluntario quiere dedicar para decidirse en función de un proyecto aunque, en este caso, el precio sigue siendo siempre el mismo.

De acuerdo al relevamiento realizado se pudo constatar que las opciones son ofrecidas durante todo el año, es decir, no hay período de vacaciones, lo que resulta extraño siendo que muchas de las actividades sociales se llevan a cabo en escuelas y comedores durante los períodos escolares. Existen excepciones claro, hay comedores que trabajan todo el año, como también las opciones de trabajo en hospitales o construcción pueden realizarse durante cualquier período.

Proyectos

Las empresas comercializadoras de voluntariados, es decir, los operadores turísticos, no se encargan de desenvolver los proyectos que venden a los potenciales turistas voluntarios sino que, como se comento en el capítulo dos, estos se adhieren a intermediarios locales. Resulta razonable considerar que como empresas turísticas, no estén en condiciones de llevar a cabo proyectos sociales y, específicamente, locales en grandes territorios, por eso necesitan de otro colaborador, lo que llamamos intermediario. Es por esta razón que al comenzar con el relevamiento se planteó la necesidad de saber con qué ONG, proyectos, fundaciones u otras organizaciones trabajan estas empresas, ya que las

mismas son las que desenvuelven, planean, organizan y llevan a cabo la actividad voluntaria.

Nos encontramos con que solo 8 empresas especifican en que proyectos trabajan y en donde se ubica el mismo, estas incluyen las 2 ONG, 3 son non profit y el resto empresas privadas. Al mismo tiempo, pudimos notar que 13 empresas comentan el tipo de lugar en donde trabajan, haciendo alusión, por ejemplo, a un "comedor", "asilo" u "orfanato" pero nunca dejando ver el nombre del proyecto o la fundación a la cual se adhieren. Dentro de estas empresas también se encuentran las plataformas colaborativas. El resto de las empresas ni siquiera aclara en los ámbitos en los que va a trabajar el voluntario y mucho menos las actividades a realizar. En conclusión podemos decir que alrededor del 75% de las empresas no especifica en que proyecto será partidario el participante y de este 75, el 40% solo da una vaga idea del tipo de actividad.

Aunque, en la mayoría de las empresas, no se detallan las actividades a realizar ni el proyecto en el que se participa, todas brindan, en líneas generales, alguna información sobre el tipo de voluntariado. Gracias a ello, se pudo elaborar una lista de tipos de voluntariados que se realizan en nuestro país, estos son: búsqueda científica, conservación, asistencia médica, desarrollo económico y social, restauración, educación, trabajo con animales, y otros de entretenimiento que incluyen deporte y recreación con niños.

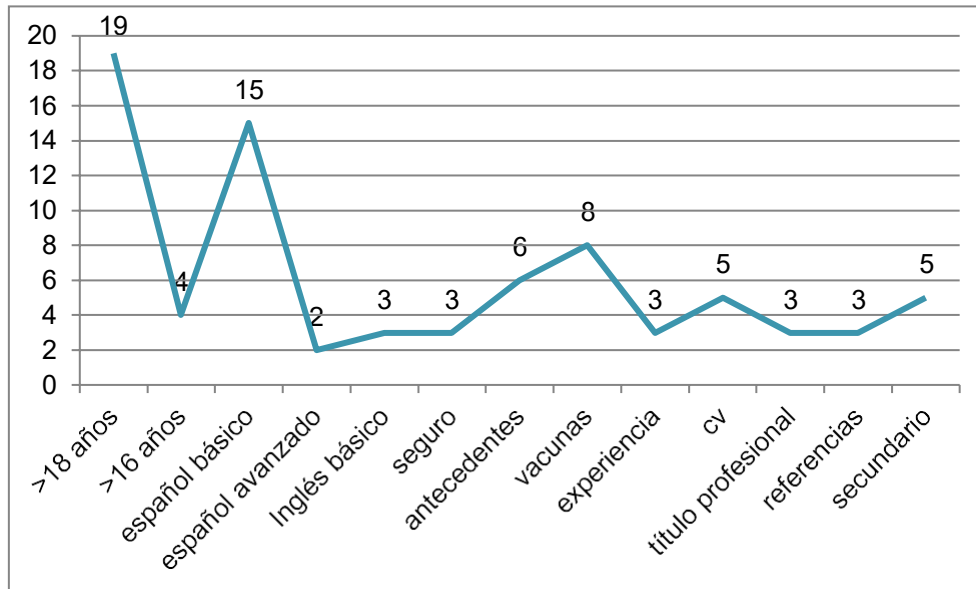
En cuanto a la cantidad de proyectos por empresa, el rango varía de acuerdo al tipo de empresa siendo las plataformas colaborativas las que tienen mayor número de opciones (137 posibilidades). En segundo lugar encontramos las empresas privadas y las non profit, que van desde 1 proyecto a un máximo de 10 en la mayoría de los casos, aunque encontramos excepciones con 12 y 16 propuestas en nuestro país. El promedio de proyectos en este caso es de 5 por empresa. Existen 2 casos particulares en que el número alcanza a más de 20 proyectos y, coincide con 2 de las empresas más antiguas por lo que podría ser una de las causas la acumulación de los mismos. Las ONG son las que menos números de proyectos presentan 1 y 2 en los dos casos encontrados.

En resumen podría decirse que para las empresas privadas y las colaborativas se trata más de la variedad y no de la calidad o la prioridad de cierto proyecto, a diferencia de las ONG que se dedican específicamente a algún proyecto por período.

Requisitos

Uno de los puntos más importantes para los fines de esta investigación, son los requisitos exigidos a los participantes. Se considera uno de los puntos más importantes porque, al tratarse de voluntariados sociales, con frecuencia involucrando la medicina, niños, personas mayores o con discapacidades y la educación de muchos de ellos, resulta crucial conocer que es lo que una persona necesita para ser participante en estas causas y si existen tales requisitos. El relevamiento permitió reconocer los mismos: ser mayor o tener 16 años, poseer un nivel básico, intermedio o avanzado de español o inglés, presentar antecedentes penales, contar con seguro de viaje y vacunas, tener secundario completo, título universitario, experiencia, poseer currículum vitae y referencias. En muchos casos se pide como requisito estar motivado y tener la mente abierta.

Gráfico 4: Requisitos pedidos por empresas



Fuente: Elaboración propia

El gráfico anterior representa el número de empresas que exigen ese requisito en particular. Estos requisitos fueron reconocidos por encontrarse dentro de los parámetros de las empresas como información importante a tener en cuenta. Del total de empresas solo 2 no especifica ningún tipo de requisito, una es ONG y la otra non profit. En el caso de la ONG, y como ya se ha comentado anteriormente, es más estricto su ingreso y los requerimientos se transmiten directamente en el primer contacto con la misma, o se descartan directamente las solicitudes en el caso de no contar con alguna como, por ejemplo, la mayoría de edad.

En lo que se refiere a la edad es importante aclarar que donde se exige una mayoría de 16 años, no se exige una de 18 años para los límites de esta investigación. En algunos casos esta edad depende del proyecto. También hay empresas en las cuales exigen una edad más específica cómo entre 20 o 30 años o 22 a 35 años, aunque son las menos, solo 3 empresas. En el caso de los idiomas ocurre lo mismo que con la edad, donde se exige un nivel avanzado de español no se especifica de igual manera uno de español básico dentro de nuestros cálculos.

La cantidad de requisitos va desde ninguno a 6 como máximo del total de la muestra. La mayoría de las empresas tiene aunque sea un requisito y, en casi todos los casos, tiene que ver con la edad mínima del solicitante, casi el 58% de las empresas exige que el mismo sea mayor de 18 años. El segundo más importante y que más requieren es tener un español básico, resulta razonable siendo que van a comunicarse con personas. El siguiente se trata de las vacunas, lo que es extraño ya que no existe en las regulaciones nacionales obligación alguna de las mismas para ingresar, aunque si recomendadas (Fundación IO, 2021). Lo más impactante fue constatar que solo 6 empresas quisieran

saber sobre los antecedentes penales de los participantes considerando que los mismos van a trabajar con otras personas, en la mayoría de los casos niños.

Se pudo observar que los requisitos no varían de acuerdo al tipo de proyecto sino que lo hacen en función de la empresa. Esto quiere decir que los requisitos exigidos por la empresa serán los mismos sea el voluntariado de la categoría o tipo que sea, lo mismo ocurre con el voluntario. También resulta interesante observar que, si bien las empresas tienen ciertos requisitos especificados en sus páginas web, el pago en el caso de las empresas privadas se realiza, en la mayoría de los casos, previa verificación de estos datos, es decir, podría anotarme y pagar y no contar con los requisitos mínimos exigidos.

Lamentablemente, esto deja en claro que lo importante es contar con el dinero para acceder a la actividad y no con las capacidades y cualidades necesarias.

Redes sociales

Toda la información conseguida para el análisis fue recaudada a través de las páginas web de cada empresa. Por lo que es redundante afirmar que todas cuentan con este medio de comercialización. Hoy en día resulta indispensable contar con este tipo de medios de promoción y llegada al potencial consumidor. Estamos en la era de la comunicación e internet y, las empresas que no se adapten a estos nuevos "medios" quedaran obsoletas en un corto plazo. Además de las páginas web, toda empresa debe contar con Redes Sociales ya que, resultan el medio más apropiado para alcanzar nuevos y potenciales consumidores (Flores Vivar, 2009).

El cuadro a continuación es un resumen de lo obtenido de las páginas web en cuanto a redes sociales: cuales son y cuales las más utilizadas.

De las 33 empresas analizadas se obtuvo que, la red más utilizada es facebook, solo una empresa no la utiliza, luego están instagram y twitter siendo 29 las empresas que aprovechan sus beneficios.

Tabla 1: Utilización de Redes Sociales

Facebook	32	24%
Instagram	29	22%
Twitter	29	22%
You Tube	22	17%
Linkedin	7	5%
Pinterest	6	4%
Google +	3	2%
Skype	2	1%
Snap Chat	2	1%
Vimeo	1	1%
Flirk	1	1%

Fuente: Elaboración propia

Las redes sociales en las que la empresa está presente son uno de los datos más

fácil de corroborar, los iconos de cada una se puede observar en la página de inicio de cada web ya sea, sobre el margen inferior o superior, siempre están a la vista.

Como vimos, varios autores sostienen que fue gracias a internet y la aparición de estas redes que el turismo creció en gran escala. Al mismo tiempo que la concientización sobre los desfases poblacionales, las diferencias socio económicas, la pobreza, el impacto del turismo de masas, entre otras cosas.

En la actualidad, las redes resultan un medio de comunicación informal y efectivo para llegar al potencial cliente. Por lo que es de esperar que toda empresa que quiera alcanzar el éxito ya sea lucrativo o en forma de impacto positivo para la sociedad y el ecosistema, adquiera estos medios para crecer y hacerse conocer. Esto incluye las empresas de voluntariado.

Por lo general las redes promocionan las actividades o los destinos a través de imágenes atrayentes para los participantes y con algo de información pero, para obtener la información importante como los requisitos, fechas y costos es necesario ingresar en la página web. Por lo general toda esa información está contenida allí, a veces ante la simple búsqueda y otras es necesario ingresar con un usuario o pedir más información vía mail.

Otra de las formas de comunicación que utilizan las empresas es a través de los blogs. Fumero (2005), define al blog como "un vigoroso sub espacio de comunicación en internet". Webster lo define como un diario personal con reflexiones y comentarios del autor, dueño del blog (en Fumero, 2005). Entonces podríamos decir que un blog es el diario personal de la empresa. De nuestra muestra representativa 21 empresas poseen blog. Teniendo en cuenta las definiciones anteriores, podemos decir que cumple con ellas y se utiliza para dar información que la empresa considera importante a través de entradas escritas por ellos sobre sus propuestas en general, las más representativas, el porqué de elegir esa empresa y no otra. En algunos casos en los mismos podemos encontrar testimonios de participantes de sus actividades, estos testimonios están escritos por un representante de la empresa, tomando palabras del supuesto participante.

Ninguna de las empresas cuenta con un espacio para el desahogo del participante ya sea, bueno o malo, recomendando o no la actividad o la empresa. Encontrar a los participantes de los voluntariados se vuelve una tarea difícil. Lo más cercano a uno son las entradas de los blog con sus nombres pero, sin sus datos de contacto. Resulta ambiguo notar que esta información se encuentra trunca siendo una de las ayudas más relevantes a la hora de decidirse por un voluntariado, nada mejor que las experiencias contadas por su actor en primera persona. Al mismo tiempo es extraño el por qué de esta falta de información.

El volunturismo en el contexto actual

Al momento de comenzar con esta investigación (año 2020) el mundo se encuentra atravesando una pandemia, esto implicó el cierre de comercios, restricciones de salidas de la población, cierre de aeropuertos y fronteras en todo el globo para evitar su propagación. La cuarentena obligatoria y preventiva está aplicada en casi todo el continente americano, asiático y europeo, algunos países no la implementan de forma obligatoria pero la aplican de alguna forma, y los que

no, tienen cerradas o restringidas sus fronteras.

El COVID-19 se trata de un nuevo coronavirus originado en China en diciembre de 2019, es un tipo de virus que se transmite de animales a humanos, no es la primera vez que llega a las personas pero sí, este tipo en particular. En general, sus síntomas son respiratorios, llegando a la neumonía y la insuficiencia renal, hasta la muerte.

La Organización Mundial de la Salud, considerando la propagación del virus (confirmado de persona a persona) y frente a la inacción de diferentes órganos mundiales, declara al COVID-19 como una "emergencia de salud pública de importancia internacional" (ESPII) luego de un mes de identificar al mismo (OMS, 31 de enero de 2020). Pasados 2 meses de esa declaración y debido a la cantidad de afectados (más de 100000) y la cantidad de países con casos positivos (110 países hasta ese momento), es declarado pandemia (OMS, 11 de marzo de 2020).

Para ese momento el virus ya se encontraba en todas partes del mundo. Su nivel de virulencia es tan alto y resistente, que hubo que tomar grandes medidas para intentar frenarlo, los países comenzaron por cerrar sus fronteras, establecer cuarentenas obligatorias, cerrar locales, suspender eventos multitudinarios, cerrar aeropuertos y todo tipo de tráfico de personas dentro y fuera de sus países. El objetivo último de estas medidas es que las personas permanezcan quietas ya que el virus circula con ellas, entonces mientras más confinados se esté mayor es la posibilidad de frenarlo. Esta paralización de actividades tendrá repercusiones en nuestra vida, la economía, las sociedades y los medios de vida, esto incluye al turismo.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) en su Declaración sobre el Impacto del brote del COVID-19, aclara que resulta difícil estimar el impacto del mismo siendo cómo evoluciona a cada momento pero, teniendo en cuenta ciertos parámetros como las cuarentenas aplicadas, cierres de fronteras (Europa sobre todo que representa el 50% del flujo internacional) y comparando con referencias anteriores (por ejemplo el SARS en 2003), estima que el turismo caerá entre un 20 y 30% en el 2020.

Las principales medidas tomadas por los gobiernos, aconsejadas por la OMS, que afectan al turismo y fueron reconocidas por la OMT, son:

- Cierre completo o parcial de fronteras a los turistas;
- Restricciones en los viajes según los destinos y la procedencia del turista;
- Suspensión total o parcial de vuelos;
- otros como, requisitos de cuarentena y auto confinamiento, suspensión de visados, o certificados médicos (OMT, 2020).

Un mes después de declararse la pandemia, el 96% de los destinos mundiales a introducidos estas restricciones en respuesta a ella. La OMT estima que 90 destinos han cerrado sus fronteras totalmente y, otros 40, parcialmente.

Este paro en la vida cotidiana, sin fecha límite, ha dificultado el trabajo de millones de empresas en el mundo, entre ellas las empresas turísticas. Siguiendo con los parámetros de nuestra investigación y teniendo en cuenta los acontecimientos mencionados anteriormente, se consideró necesario evaluar como las empresas

que traen turistas voluntarios a nuestro país se desenvuelven frente a esta situación extraordinaria.

Medidas Fronterizas

En otras ocasiones se pudo observar que al considerarse un país riesgoso para un viajante y/o voluntario las empresas evitan llevarlo a ese lugar, como por ejemplo el SARS en 2003 que se anidó en sólo 6 países. La situación actual es diferente, todos los países están afectados y además está prácticamente prohibido por ley las movilizaciones que no sean cruciales como comprar alimentos o medicamentos, por lo que pensar en turismo no está dentro de los parámetros.

Como primer paso se decidió identificar los países de origen de las empresas de nuestra muestra y comprobar que, efectivamente, todos tienen en cierta medida sus fronteras cerradas y, por consiguiente sus aeropuertos. Nuestro país no fue la excepción, ya el 16 de marzo (4 días después de declararse la pandemia) cerraron fronteras terrestres y aéreas. Entonces está claro que los voluntarios no sólo no podrían salir de sus países sino que no podrían entrar al nuestro.

Algunos países cerraron fronteras de forma gradual y de acuerdo a los orígenes de los vuelos. El cuadro siguiente nos enseña las fechas en que cada país de origen de las empresas de nuestra muestra cerró su frontera:

Tabla 2: Cierre de fronteras por país

Estados Unidos	18 de marzo
Argentina	12 de marzo
Inglaterra	25 de marzo
Chile	15 de marzo
Reino Unido	25 de marzo
Nueva Zelanda	14 de marzo
México	31 de marzo
Brasil	19 de marzo
Canadá	18 de marzo
España	17 de marzo
Sudáfrica	19 de marzo
Alemania	17 de marzo

Fuente: Elaboración propia

En nuestro país, el 12 de marzo se emitió el decreto 260 (2020) en el cual se estableció la "Emergencia Sanitaria", el mismo suspendió vuelos desde zonas afectadas, entre otras cosas. Hasta ese momento, y por decreto, se consideraban "zonas afectadas" los países miembros de la Unión Europea, Reino Unido, Irlanda del Norte, Estados Unidos, República de Corea, Japón, China e Irán. Pocos días más tarde, y en consecuencia de como el virus evolucionó, el día 16 de marzo un nuevo decreto 274, restringe las entradas al país de cualquier persona extranjera a través de cualquier medio de transporte, ya sea aéreo, acuático o terrestre. Esta medida fue en un principio tomada por 15 días pero se ha ido actualizando.

Otro ejemplo del cierre gradual es el de Estados Unidos, primero, el día 18 de marzo, suspendieron vuelos provenientes de zonas afectadas como España, Italia y China, luego fueron aumentando la lista hasta llegar al cierre total de extranjeros a mediados de abril.

También existen casos en donde el cierre de fronteras se realizó casi a tiempo con las demás naciones, pero la cuarentena obligatoria se implementó más tarde, como es el caso de Inglaterra.

En una declaración conjunta entre la OMT y la OMS, se deja claro el compromiso de colaboración entre ambas partes para detener la pandemia, también aclaran que la cooperación internacional es vital para garantizar que el sector pueda contribuir de manera efectiva (OMT, 2020). En otra de sus declaraciones, la OMT, habla de la importancia del diálogo para la cooperación internacional, así como la solidaridad para llegar más allá de las propias fronteras. Sería esencial en este momento que las empresas en general, y no solo los órganos gubernamentales participen en la promulgación de estas medidas sanitarias, fomentando su aceptación para el trabajo conjunto, ya que ningún país está exento del virus.

Reacción de Empresas

Al reevaluar nuestra muestra no fue eso lo que encontramos. Del total de nuestra muestra solo 14 empresas tienen alguna información o declaración acerca del COVID-19 en sus páginas principales, blogs, sección noticias o, al momento de reservar, alguna restricción. El resto de las empresas no hace alusión al tema, y en cuanto a destinos se encuentran todos disponibles (15 de abril de 2020).

De nuestras 14 empresas que poseen algo de información sobre el virus, encontramos diferentes niveles en cuanto a importancia que se le brinda al mismo, y formatos en que aparece. La información que las empresas comparten sobre el mismo varía entre noticias sobre la evolución del virus y medidas que toma la empresa. Una sola empresa nombra al virus para pedir donaciones pero no dando información sobre los acontecimientos ni dónde irían las mismas. Del resto de empresas 5 tienen una pestaña dedicada al COVID-19, otras 5 presentan información a través de su blog, y 3 en el formato de noticias. La mayoría de ellas cancelaron sus programas por el momento y recomiendan posponerlos, al mismo tiempo ofrecen reprogramar las fechas, esto puede ser con o sin cargo dependiendo de la empresa. Las personas que ya se encontraban en destino fueron repatriadas según 4 de estas empresas, otras dicen que se encuentran con soporte 24 horas en destino hasta que puedan volver, y otras no dicen nada al respecto, solo que suspenden las salidas por ahora. Algunas empresas pretenden retomar sus actividades en mayo, otras en junio y otras directamente en septiembre del 2020.

De estas 14 empresas una es plataforma colaborativa por lo que viajar y reacomodar llegadas no depende de ella si no del participante y el anfitrión pero, aunque no es su responsabilidad posee la pestaña sobre COVID-19, donde recomienda posponer sus viajes, contactarse con el anfitrión a diario para verificar que todo siga en pie y tiene los medios de recibirlo, en el caso de seguir viajando repasa las medidas de higiene necesarias.

Una de las empresas que no presenta información sobre el COVID-19, al ser

contactada en el primer mail, respondió que sus oficinas estaban cerradas debido a la inactividad por el virus.

En cuanto a las redes sociales, solo las empresas que presentan información sobre el virus en la web, presenta también en las redes, tal vez en forma de comunicado completo o en parte y redirigiendo a la web, información sanitaria o mensajes positivos. Algunas ya aplican la nueva campaña de la OMT, "viaja mañana", en la cual invitan a proyectar futuros viajes, establecer propuestas solidarias y sostenibles, y compartir como se cree serán los viajes después de la pandemia.

Casi el 60% de nuestra muestra continúa sus actividades de reclutamiento de voluntarios normalmente y sin aviso alguno de las consecuencias al respecto. Con consecuencias nos referimos a la cancelación de los viajes por la pandemia, reprogramación por las mismas causas, suspensión de diversas actividades por las posibles cuarentenas aplicadas en los destinos, pérdida del dinero por parte del participante, entre otras cosas.

Al realizar la reevaluación de las empresas se encontró que existen empresas que no solo no pausaron sus actividades sino que también contienen a países como China, España e Italia como principales destinos. Según sus páginas web estos proyectos y oportunidades siguen todos en pie incluso atravesando la crisis actual.

La idea principal para llevar a cabo esta investigación era contactar a los voluntarios que participaron con las empresas de la muestra pero no se obtuvieron las esperadas. Al momento de intentar conseguir entrevistas con los voluntarios se consideró que la cuarentena global permitiría a muchas empresas colaborar con nuestra investigación por contar con tiempo disponible pero, luego de este segundo análisis se pudo corroborar que las mismas no han cesado su actividad. Solo 2 empresas respondieron los mail de contacto para conseguir voluntarios.

Muy lejos de ser sólo una agencia de viajes, estas en particular promueven la solidaridad y el altruismo, el trabajo en equipo, el apoyo comunitario, la ayuda humanitaria. La mayoría de las empresas analizadas ofrece atención en salud, comedores, escuelas, centros comunitarios, conservación, desarrollo medioambiental, entre muchas otras cosas. Es su deber como ciudadanos y como empresa brindar la información específica de la situación de viaje de cada participante y no seguir reclutando para seguir reprogramando, también es su deber informar sobre la situación del turismo en la actualidad para no generar falsas expectativas.

Las nuevas tecnologías de la comunicación hacen irrisoria la idea de que los voluntarios participantes a los que contactamos no puedan responder debido a una falta de acceso a internet. Se consideran personas con un poder adquisitivo medio/alto ya que pudieron costear un tipo de viaje como el que estuvimos exponiendo anteriormente. Esto sumado al nuevo tiempo libre y, obligatorio debido a la cuarentena, sembró bases para una colaboración activa con nuestra investigación. No podemos olvidar también que al tratarse de turistas voluntarios, también sus acciones son solidarias, altruistas y colaborativas para con otras personas.

Capítulo 4: Análisis de Entrevistas

Metodología Aplicada

En un principio, el objetivo del relevamiento de empresas era conocer las formas comercializadas de turismo voluntario en nuestro país pero, también, acercarnos a las personas que hayan realizado la actividad aquí. Como se comentó anteriormente la búsqueda de voluntarios a través de las empresas fue infructuosa y, siendo que tampoco existe un registro de voluntarios a los que recurrir, la siguiente medida fue ampliar la muestra. Cualquier persona que haya viajado para realizar un voluntariado, ya sea dentro o fuera del país, a través de cualquier tipo de empresa y/u ONG, se convirtió en potencial participante de la investigación.

A través de las empresas se lograron conseguir 4 participantes que colaboraron en la entrevista. Para conseguir más participantes se utilizó el método de bola de nieve, es decir, a las personas participantes se les incitó a contactarse con más personas, que fueran partícipes de la actividad, y se pusieran en contacto con los investigadores.

Luego de conseguir los participantes, se procedió al armado de la entrevista. El por qué de la utilización de entrevistas como método de relevamiento se explicará a continuación.

Entrevistas en Profundidad

El fin último de estas entrevistas es la de aportar información que verifique lo antes relevado, en particular si las empresas son lo que son, y al mismo tiempo los intereses personales de cada participante para con este tipo de actividades.

Para ello primero se proyectó una entrevista en profundidad, con el propósito de obtener más datos de los voluntarios. Esto se pensó así ya que en este tipo de entrevistas y debido a la forma en que se realiza, el nivel de intimidad obtenido permite acceder a mucha más información con respecto a la experiencia y el sentir de la persona entrevistada.

Según Marradi, Archenti y Piovani (2007) en su libro "Metodología de las Ciencias Sociales", una entrevista en profundidad es una conversación, generalmente cara a cara, con el fin último de recolectar información para una investigación. Se trata de una "conversación profesional" en palabras de los autores, cuyas características como la intimidad y la impersonalidad permiten conseguir información subjetiva de la boca misma del actor. La característica principal de este tipo de entrevistas es que se trata de una interpretación personal de algo vivido, en este caso, por el entrevistado.

Existen diferentes tipos de entrevistas en profundidad pero, para el caso de esta investigación, se consideró como mejor opción la utilización de entrevistas semi estructuradas, con amplio grado de libertad para responder y con contacto visual. Las entrevistas semi estructuradas son centradas y focalizadas en un estímulo que ha recibido el entrevistado, en este caso, el viaje de voluntariado que realizaron.

Entonces, los mismos respondieron una serie de preguntas pensadas de ante mano, pero no cerradas a la variación y, cuya respuesta pudo ser tan amplia como el actor consideró necesario e importante, abriendo la apuesta al entrevistador para repreguntar y formular nuevas preguntas que, tal vez, no estaban pensadas previamente. Esta última es una de sus grandes diferencias respecto de las entrevistas cerradas o de los cuestionarios escritos que acotan el nivel de respuesta.

El porqué de la utilización de estas entrevistas es muy simple. Este tipo de entrevistas recauda mucho mayor caudal de información en menos intervenciones que el resto de los métodos de búsqueda y, como ya se destacó, el nivel de participación en base al relevamiento anterior es bajo. Con este tipo de entrevistas el número de voluntarios que se necesitan es menor y por ende más alcanzable.

Tras definir el método de relevamiento, se procedió al establecimiento de las preguntas. Las mismas intentarían recaudar información sobre las experiencias de voluntariados de diferentes personas, de diferentes orígenes y a través de diferentes medios. Se propusieron alrededor de 36 preguntas básicas, con la posibilidad de ampliar o reducirlas de acuerdo al nivel de participación del entrevistado. Las mismas giraban en torno a su experiencia en cuanto a duración, costos, sentimientos encontrados, actividades, formas de acceder a la misma, entre otras cosas.

Entrevistados

En el transcurso de un mes aproximadamente, se realizaron nueve entrevistas en profundidad a personas que realizaron turismo voluntario, siendo estas conscientes o no de ello. Cuatro de los entrevistados fueron personas extranjeras que vinieron a nuestro país a realizar turismo voluntario. El resto son argentinos, de los cuales, cuatro realizaron voluntariado en el exterior pero, siempre en Sudamérica. Solo uno de ellos lo realizó dentro de nuestro país.

La forma de contacto con los entrevistados varió en todos los casos argentinos pero, no en los extranjeros que se acercaron a nuestro país. Estos últimos fueron sucesos exitosos de contacto a través de la empresa. Uno de los entrevistados fue contactado por la empresa en la cual contrató el paquete, el resto (3) eran parte del programa de ex colaboradores de una empresa en particular. Ellos fueron contactados directamente por los investigadores.

En el caso de los entrevistados argentinos, los contactos fueron gracias a la comunicación con conocidos, allegados y colegas de varios ámbitos, así como la información obtenida de facebook, principalmente.

Las entrevistas fueron realizadas a través de diferentes plataformas de video llamada, debido a la cuarentena impuesta pero, también por la lejanía entre entrevistador y entrevistado en algunos casos. Se inició con preguntas generales acerca del trabajo social y la solidaridad, también acerca de las preferencias en viajes y, luego se dirigió la entrevista más específicamente a la experiencia personal realizando la actividad de turismo voluntario.

El siguiente cuadro presenta datos básicos de los individuos entrevistados. Solo

uno de ellos es de sexo masculino, cinco son profesionales, tres son estudiantes y uno estabajador independiente. Para mencionarlos se utilizó solo el número de la entrevista con el fin de que esta información no alterara el análisis.

Tabla 3: Perfil de los entrevistados

N°	Seudónimo	Edad	Ocupación	Origen	Empresa
1	Entrevista 1	60	Profesora de salud	Nueva York	Non profit
2	Entrevista 2	23	Estudiante de Turismo	La Plata	Non profit
3	Entrevista 3	31	Odontóloga	San Clemente del Tuyú	ONG
4	Entrevista 4	23	Estudiante de Turismo	La Plata	Non profit
5	Entrevista 5	24	Estudiante de Psicología	Berisso	Non profit
6	Entrevista 6	25	Comunicación y Marketing	Texas	Privada
7	Entrevista 7	60	Biólogo Marino	Seattle	Privada
8	Entrevista 8	55	Gerente de Hospital	Londres	Privada
9	Entrevista 9	29	Trabajadora Independiente	San Clemente del Tuyú	Plataforma de Intercambio

Fuente: Elaboración Propia

Algo importante al tener en cuenta es, que al igual que hay diferentes tipos de empresas, también hay diferentes tipos de voluntarios. Más allá de la particularidad de que cada uno realiza un tipo diferente de voluntariado, en este caso todos sociales, los voluntarios tienen diferentes expectativas al realizar la actividad.

Los entrevistados extranjeros provienen de países desarrollados, Estados Unidos e Inglaterra, coincidiendo con las alusiones de que estos viajes siempre se realizan desde el norte al sur, desde el primer mundo al sub desarrollado. De los entrevistados argentinos, todos son provenientes de la Provincia de Buenos Aires, provincia clave de nuestro país. Aquí, aunque el traslado no sea norte-sur, podría hablarse del movimiento desde zona desarrollada a las menos, siendo que la actividad se llevó a cabo en zonas más pobres de nuestro país o países de Latinoamérica. Los entrevistados viajaron a Chaco en Argentina, norte de Brasil, Colombia y Perú.

En cuanto al rango etario, se puede observar un bache respecto de las edades entre los 35 y 50 años aproximadamente. Nuestros entrevistados se encuentran entre los 20 y los 35 años, y arriba de los 50. Esta observación, reniega de otras investigaciones sobre la actividad en las cuales se considera específica del turismo joven. Este bache en el rango refiere de los tiempos de las personas en cada caso, en cuanto al rango de jóvenes, se trata, tal vez, de estudiantes o nuevos profesionales en busca de referencias o prácticas para decidir lo que realmente

quisieran hacer con sus carreras o vidas en general. Respecto de los mayores de 50, algunos los llaman voluntarios viejos y, creen que el desenvolvimiento de los mismos es gracias a las jubilaciones tempranas y el aumento de la esperanza de vida (Rochester, Paine y Howlett, 2010). Nuestro análisis demuestra que no siempre es así.

De los entrevistados mayores de 50, 3 del total de la muestra, 2 aún se encuentran trabajando y solo uno ya es jubilado formalmente. Esto quiere decir que estas personas no siempre esperan a estar jubilados y contar con el tiempo libre para realizar actividades voluntarias. Los dos voluntarios mayores realizaron el voluntariado durante sus vacaciones.

Cinco de los entrevistados trabajan a tiempo completo, uno por temporada y el resto no hace alusión al asunto. De estos últimos todos son estudiantes y, siendo que no tienen necesidad u obligación de trabajar se considera que pertenecen a una categoría de clase media/alta, una de las características de este tipo de turistas. Aunque no se haya preguntado directamente respecto de los niveles de ingresos de ninguno de los entrevistados algunos comentarios, directa o indirectamente, dejan ver esta peculiaridad.

(...) Siempre creo que fui muy afortunada en muchos aspectos de mi vida, siempre tuve mi familia, siempre tuve para comer, pude estudiar.

Entrevista 3

(...) yo vivo relativamente bien, clase media acá en La Plata.

Entrevista 2

Otra característica a tener en cuenta es el hecho de que más de la mitad de nuestros entrevistados son profesionales y trabajan en su ámbito. Sólo dos de ellos realizaron voluntariados que tuvieran que ver con su profesión, el resto quiso hacer algo diferente, o al menos así lo expresaron. De nuestros entrevistados estudiantes ninguno de ellos realizó un voluntariado referido a su estudio sino que se eligió en función de intereses personales, siendo esta otra de las críticas hacia ciertas formas de realizar la actividad.

Estas observaciones reflejan, en general, ciertas características de los turistas voluntarios como también desmienten otras.

Análisis Principal

En este primer acercamiento a la información obtenida se intenta observar y comparar con los datos que se desprendieron del relevamiento de empresas. El objetivo principal es el de corroborar si es real la forma de comercialización, en relación con lo ofrecido y lo obtenido por el cliente. Los rangos tenidos en cuenta dentro de este primer análisis fueron: el tipo de proyecto, tipo de empresa escogida, las formas de acceder a las mismas, comunicación con ellas, si pidieron o exigieron algún tipo de requisito, si ofrecieron entrenamiento, la duración, los costos, las actividades, los destinos, si consideran que aportaron a la causa, y si fueron conscientes del proyecto en el que participaban con anterioridad.

Para comenzar es necesario aclarar que el objetivo de esta investigación se basó en proyectos sociales, siendo los mismos, bienestar comunitario, educación, desarrollo de negocios y cultura, y medicina, como se definieron en el capítulo anterior en base a Callanan y Thomas (2005). Entonces, sería redundante aclarar que todas las personas participantes de la entrevista, fueron parte de proyectos sociales en diferentes actividades. Todos los proyectos anteriores estuvieron presentes en nuestra muestra y, las actividades que realizaron nuestros voluntarios se corresponden con ellas: enseñar nutrición, enseñanza y aplicación del reciclaje, medicina odontológica, talleres de empoderamiento y multiculturalidad, enseñanza de inglés, preparar comida, desarrollo web, apoyo en jardines de infantes, limpieza y administración.

Empresa

En el capítulo anterior se reconocieron diferentes tipos de empresas que comercializan las actividades de turismo voluntario en nuestro país, estas son: privadas, non profit, ONG o plataformas colaborativas. Las entrevistas nos permitieron comprobar la existencia de estas empresas ya que todas están presentes pero, además, nos dieron una nueva forma de acceder a la actividad.

Una de los entrevistados accedió al voluntariado de forma personal. Esta nueva forma de acceder no es nada extraña y, al tratarse de una forma directa entre voluntario y asociación y/o empresa, no necesita intermediarios, es por ello que no se encontró vía relevamiento online. Este tipo de forma de acceso se trata del acercamiento, ya en destino, a lugares que se encuentran en la búsqueda de voluntarios. La forma de enterarse es por un conocido, allegado, a través de las redes o por preguntar simplemente en el lugar. El entrevistado busca en sus viajes la forma de costearlos de manera más económica y, por ello, intercambia sus habilidades por alojamiento y alguna comida, depende del lugar.

Es lo que anteriormente se definió, y a lo que acceden, en las plataformas colaborativas, pero esta vez fue de forma directa. Estos viajeros se hacen llamar intercambistas o voluntarios. Aunque se trata de una forma de voluntariado para acceder a un beneficio extrínseco, en el capítulo uno vimos que debido a sus características, y con base en las definiciones de voluntariado, se incluye dentro de las formas de la actividad.

El resto de los entrevistados accedieron a la actividad a través de empresas intermediarias. Tres de ellos lo hicieron a través de una empresa privada, cuatro por una non profit y uno con ONG.

Respecto de la ONG, parece una forma más directa de acceder a la actividad. Como vimos anteriormente, en general, para acceder al turismo voluntario hacen falta dos intermediarios pero, en este caso se estaría tratando con el proveedor de la actividad directamente, dejando de lado al operador turístico. Esta forma de acceder resultó positiva para el entrevistado, siendo económica y apuntando a objetivos específicos.

Cuando se pregunto a los entrevistados acerca de si elegirían a la ONG de tener la oportunidad en vez de la empresa privada, las respuestas reflejaron diferencias en relación a los orígenes de cada uno. Cinco de nuestros entrevistados

respondieron que lo harían con la empresa local y/u ONG de tener los datos para contactarse, el resto lo haría con la empresa privada. En el primer caso todos los entrevistados eran de origen argentino, y en el segundo todos extranjeros. La diferencia entre ambos grupos es que el primero solo viaja a destinos cercanos, mientras que el segundo lo hace desde países lejanos, esto sumado a la diferencia de idiomas y de organización local en nuestro país, muchas veces asusta a los visitantes y, es por ello, que buscan formas estandarizadas de viajar que les garanticen seguridad aunque, muchas veces sea solo de forma escrita.

El entrevistado 1 dejó muy en claro que la desorganización local, sumado a las recomendaciones de viaje para venir a nuestro país hicieron que viajara asustado dando lugar a la elección de la empresa privada en caso de realizarlo nuevamente.

(...) El trabajo social en mi país es muy diferente. En Estados Unidos son muy organizados... Buenos Aires estaba, la verdad, muy desorganizado (...). La compañía con la que trabajé allí me dio un paquete grueso de papeles y me dijeron de qué tenía que estar asustada, me dijeron sobre los asaltos, ladrones, la gente pobre (...) Cuando llegué a Bs As por todo lo que me habían dicho, estaba muerta de miedo.

Entrevista 1

El mismo entrevistado dijo que tal vez lo haría con una asociación privada pero no con una ONG porque no considera que la misma tenga el dinero suficiente para costear este tipo de actividades. En contraposición el entrevistado 5 comentó que siempre, de tener la oportunidad, viajaría con la ONG.

Elegiría la ONG, la empresa te la cuenta pero desde su lado comercial. Yo estaba ahí y sabía las internas de todo por eso fui con ellos, pero si no, no lo dejo de ver como una empresa que quiere venderme algo. En cambio la ONG me va acantar la verdad.

Entrevista 5

Cuatro de los entrevistados viajaron a través de empresas non profit, es decir, privadas sin ánimo de lucro y, otros tres lo hicieron con empresas privadas. Salvando el hecho de unas estar definiéndose como empresas que no desean lucrar con la actividad no existen, a simple vista, diferencias entre ambos tipos de empresas en cuanto a actividades, precios, alojamientos o tipos de proyectos. De hecho, y en contraposición de lo que uno esperaría, los tres entrevistados que viajaron a través de las empresas privadas aclararon la importancia en la clara exposición de los gastos de la empresa, es decir, de a donde se dirigía su dinero. Esto no fue claro en las non profit.

El entrevistado número dos, viajó con una empresa sin fines lucrativos y respecto de la utilización del dinero comentó que resultaba extraña la cantidad en función del uso. Dicho participante, además colaboró internamente en la organización por lo que entendía un poco su funcionamiento y, de igual manera, no entendía el por qué de la cantidad de dinero pagado.

(...) ¿Por qué yo estoy pagando? ¿A dónde va todo eso? ¿Por qué me haces pagar una firma de contrato por algo que las personas te dan gratis se supone? Raro. Poco claro. Pero sí lo pague.

Entrevista 2

En contraposición dos entrevistados que realizaron la actividad con una empresa privada comentaron que lo que más los convenció fue el esclarecimiento de la utilización de su dinero. Según ellos la empresa comentaba claramente en su web cuánto dinero iba destinado al proyecto y cuanto a la organización, esto fue una de las razones de su elección.

Fue un buen valor porque el dinero pagó el proyecto entonces... fue un proyecto de desarrollo y luego ellos te cuentan cuanto... "esto va al proyecto y esto a la organización".

Entrevista 8

Me gustó la forma en que describía las cosas y la forma en que ellos eran muy claros en cómo se usaba el dinero, a donde iba (...). Las otras no tenían eso, era solo "hacemos cosas extraordinarias", entonces fue una combinación entre el lugar al que yo quería ir y la buena información.

Entrevista 7

En cuanto al reconocimiento de la empresa, las personas argentinas que hicieron voluntariado en Sudamérica y en nuestro país conocieron la empresa o la ONG por recomendación de conocidos, el acercamiento fue personal y directo a personas o a reuniones programadas para brindar información. En el caso de los que viajaron desde el exterior siempre fue a través de internet, tanto el encuentro con la misma como los contactos luego.

El por qué de la elección de la empresa varía en cada entrevistado. Dos de los voluntarios extranjeros eligieron su empresa porque era la única (según ellos) que ofrecía ese tipo de voluntariado en Argentina, además estas mismas personas expresaron fuertemente su interés de viajar a algún país sudamericano. La oferta en Argentina, el tipo de proyecto y, el entrevistado 8, se refirió a su ética, esto en función de la clarificación en la utilización del dinero, son las razones de la elección por parte de estos voluntarios.

Otro de los voluntarios que viajaron a nuestro país comentó que eligió la empresa en función del ranking que se observa online, siendo su elección la que más puntaje tenía.

En cuanto a los voluntarios argentinos, el entrevistado que realizó actividades voluntarias de intercambio, eligió esas empresas porque ofrecían justamente lo que necesitaba en ese momento, por ejemplo, lugar donde alojarse sin gastar dinero. Este voluntario realizó varias veces este tipo de voluntariado y, respecto de su elección, siempre tiene que ver con la recomendación previa, de hecho, también ha rechazado voluntariados por tener comentarios y recomendaciones negativas.

El voluntario que trabajó en la ONG, conoció la misma por invitación directa de una colega, mientras que los que lo realizaron con las empresas non profit, también llegaron por medio de recomendaciones. Si bien, en este último caso, la empresa se encontraba presente en facultades para acercarse a más potenciales voluntarios, no fue sino hasta escuchar la experiencia de allegados que accedieron

a realizar la actividad.

Comunicación con la Empresa

Cuando hacemos referencia a la comunicación con la empresa, estamos hablando del contacto con la misma en primera instancia, durante la compra del paquete, y luego en el transcurso de la actividad.

Como dijimos anteriormente, todos los voluntarios extranjeros conocieron la empresa a través de internet y de esa misma forma fue el contacto con la misma. En todos los casos debieron llenar una planilla con su información personal y el por qué de su interés en Buenos Aires. Según los entrevistados, luego fueron cuestionados sobre sus intereses para así delimitar el número de proyectos potenciales, en base a eso, les dieron diferentes opciones de actividades y ellos pudieron elegir. Todo esto fue a través de mails y en un solo caso a través de la aplicación de la empresa pero nunca de forma personal. Uno de los entrevistados comentó que tuvo una entrevista en video llamada pero que fue después de haber accedido al voluntariado y solo para hacer comentarios sobre la Ciudad de Buenos Aires y no sobre el trabajo voluntario en sí. De la misma forma, el entrevistado 1, comentó que recibió un paquete grande de información sobre la ciudad, sobre qué hacer y no hacer, pero nada sobre el trabajo a realizar.

A diferencia de los entrevistados extranjeros, todos los entrevistados argentinos tuvieron reuniones personales con miembros de la organización, sea esta privada, ONG o non profit. En el caso del entrevistado 9, el intercambista, fue de forma directa a charlar con los encargados y/o dueños de la empresa. Por lo general, este tipo de intercambios están definidos implícitamente, es decir, cuando se acerca a la empresa ya sabe que tipos de trabajos la misma va a solicitar.

Las personas que viajaron a través de empresas privadas y non profit, tuvieron reuniones previas. Todos los entrevistados comentaron que estas reuniones consistían en anécdotas de otros voluntarios sobre sus experiencias, lo que motivó a los voluntarios a participar pero, luego de elegir el proyecto, no tuvieron reuniones de orientación, solo el llenado de planillas y contratos, dos de ellos tuvieron una reunión de "cuestiones a tener en cuenta" que, según ellos mismos tiene más que ver con documentación que no se debe olvidar y recaudos a tener en el destino.

Esto varió de entrevista en entrevista, uno de los voluntarios tuvo una reunión por video llamada pero no con la empresa non profit sino con la ONG local del país destino. Otro de los entrevistados comentó que no recibió información alguna del proyecto ni entrenamiento para su participación pero sabía la orientación general por haberla elegido el mismo. El entrevistado 4 comentó que recibió ideas e incluso material de cosas que podría implementar en destino, por parte de la empresa, aunque en este último caso el entrevistado formaba parte de la misma por lo que podría ser solo camaradería y no una información brindada a todos los participantes.

Tres de los entrevistados argentinos reconocieron la empresa por recomendación de amigos y, luego se acercaron a ella para recibir información. En los tres casos la empresa los absorbió como miembros de la organización enfatizando las ganas de involucrarse, al mismo tiempo que redujo el nivel de desconfianza en los

mismos. Esto hizo que los voluntarios cuestionaran menos a la empresa sobre información que necesitaban saber/ u obtener antes de viajar.

Requisitos

En el relevamiento de empresas realizado se pudieron reconocer alrededor de 15 requisitos que en general estaban presentes en las páginas web de las empresas como medidas condicionantes para los participantes, entre ellos, mayoría de edad, contar con un nivel básico de español (en el caso de venir a nuestro país), poseer referencias, seguro medico, entre varios otros.

Luego de realizar las entrevistas pudimos constatar que muchos de estos requisitos se dan por sentado y no son corroborados por las organizaciones al elegir los voluntarios. Al momento de preguntar a los entrevistados si exigían algún tipo de requisito en general la respuesta fue negativa pero, siguiendo con la indagación la empresa, en algunos casos, pidió cierta información. El entrevistado 5 comentó que ser mayor de 18 años era un requisito excluyente y que también pidieron su currículum pero, desde la ONG. Este mismo voluntario resulta ser el único que también tuvo una video llamada previamente con la organización local, por lo que esto habla más del proyecto local que de la empresa en sí misma.

Otro de los entrevistados coincidió en cuanto al nivel mínimo de edad aceptado y, puntualizó que le exigieron un nivel mínimo de inglés, aunque este requisito es primordial dado que el programa en el que intentaba participar era de enseñanza de inglés. Este entrevistado, el número 3, coincidió en la elección del destino con el número 2, pero solo este último comentó que se le exigieron ciertas vacunas para viajar.

Menos al voluntario que viajó a través de la ONG y el intercambista, todos tenían como exigencia contar con seguro de viaje aunque ninguno lo expresó como requisito excluyente sino más bien como algo anexo que tuvieron que abonar para acceder.

El participante que viajó a Brasil no hablaba portugués aunque lo considera muy entendible y parecido al español. Respecto a esto comentó que sería bueno que la empresa brindara ciertos cursos de idiomas previos al viaje y no durante el mismo ya que no se aprecian tanto en medio del voluntariado. En cuanto al nivel de español de las personas que viajaron a nuestro país como voluntarias no fue un problema, ni un requisito. Solo una de las participantes lo hablaba con fluidez, del resto solo uno en nivel básico, los demás ninguno. En ningún caso fue excluyente, solo beneficio o no de aquellos que si lo entendían. El entrevistado 6 lo considera algo importante a la hora de anotarse para un voluntariado, siendo que muchos de sus compañeros lo utilizaron como medio para poder comunicarse.

Yo creo que si es importante tener un nivel de español por lo menos básico, que sepan comunicar lo más mínimo con la gente (...), no me imagino que hubieran hecho los voluntarios que me usaban tanto como intermediaria porque no sé cómo se hubieran comunicado. Entonces yo creo que es importante para ellos tener un nivel básico de español y que lo requieran.

Entrevista 6

Ninguna empresa, ni privada ni ONG, pidió en ningún momento los antecedentes penales de los participantes. Menos el voluntario intercambista y un voluntario que pidió trabajar en la cocina, todos los demás participaron en proyectos que involucraron niños. Mientras que ante esta indagatoria los voluntarios parecieron no darle importancia, el voluntario 8 lo consideró de forma seria.

(...) Considero que deberían pedir antecedentes. Deberían haberlo hecho siendo que yo estaba trabajando con niños.

Entrevista 8

Respecto de la persona que trabajo en la ONG, comentó que solo luego de recibir título universitario estuvo en condiciones de viajar para participar en el proyecto, previo a eso, trabajaba localmente dando charlas.

Ninguna de las empresas brindó entrenamiento previo a sus participantes. Dos de los entrevistados mayores, consideran que esto fue así porque ellos ya eran profesionales, uno de ellos también pensó que al haber elegido un trabajo en la cocina no necesitaba mucha práctica, al ser "cotidiano" pero, el resto de entrevistados colaboró en proyectos que exigían algún tipo de base para su puesta en marcha y, como pudo verse, siempre que esto se trabajó previamente fue por propia iniciativa del participante.

El entrevistado 2 viajó a Perú para colaborar en la enseñanza y promoción del reciclaje y la ecología. Desde la empresa se dio a entender que él debía saber de antemano sobre estas cuestiones y, al indagar sobre ello, comentó:

(...) dibujarla de reciclaje. Por lo menos eso fue lo que yo interpreté porque no me dieron muchas herramientas enfocadas al reciclaje. No, no me dieron nada.

Entrevista 2

En este sentido, lo mismo le ocurrió al entrevistado 6. Según él, no recibió información sobre el proyecto en sí pero, al mismo tiempo, confió en que luego de ver su perfil la empresa lo ubicara en el lugar más conveniente.

No y la verdad es que no me dieron mucha información sobre el proyecto Pacheco específicamente, la información era más sobre como ajustarse a la vida en Bs As, luego de ahí, cuando llegue me empezaron a explicar que es Pacheco, la misión y que quieren hacer y todo eso.

Entrevista 6

En el caso del entrevistado 5, la preparación previa al viaje fue por una iniciativa propia por encontrarse el voluntario con muchas ganas y expectativas de participar. La búsqueda activa de la organización en destino, de los objetivos del proyecto y de las posibles actividades en destino fueron todo iniciativa personal y no algo brindado por la empresa.

En resumen, los únicos requisitos que se vuelven obligatorios son el hecho de ser

mayor de 18 años, poseer seguro de viaje y pagar por el viaje, los demás están ausentes o dependen más de la ONG o proyecto local que de la empresa que comercializa la actividad en sí, restándole importancia al fin del viaje que es el voluntariado y la actividad voluntaria, según los participantes.

Tipo de Proyecto

Cuando hablamos del turismo voluntario en el capítulo 2, definimos que existen variedad de proyectos que pueden realizarse mientras se está viajando, entre ellos, existen proyectos de construcción, el trabajo activo con animales o el cuidado y protección de la naturaleza, entre muchos otros. Para nuestra investigación buscamos personas que hayan participado en proyectos sociales, es decir, activamente con personas o a favor de ciertos aspectos de la sociedad.

En general el voluntario elige el proyecto, o una serie de proyectos en los cuales está dispuesto a participar, en base a eso y a la elección del destino, es que la empresa brinda o comenta los programas que posee. En definitiva, la empresa desplegará los proyectos que considere más apropiados para ese voluntario en particular. Cuando hablamos de ONG o voluntariados como intercambio la situación varía.

El voluntario que participó en la ONG, solo tenía una opción de elección. Esta opción coincidía con el único destino en el cual la empresa trabajaba o se desarrollaba. Como vimos en el relevamiento de empresas, las ONG tienen entre 1 o 2 proyectos únicamente, esto habla del enfoque personalizado que se usa en el momento del desarrollo de los proyectos. En consecuencia, las empresas privadas o non profit, es decir, las operadoras turísticas, sólo están absorbiendo varias ONG y sus respectivos proyectos para incluirlos en sus ofertas y, así, formar un paquete de turismo voluntario.

En el caso del voluntario intercambista, sus proyectos potenciales son múltiples y serán elegidos en función de sus necesidades principales, por ejemplo el destino en el cual quiere permanecer por un período. A simple vista parece que estos intercambistas solo trabajan en hostales o empresas de servicios, en actividades como la limpieza o la cocina pero, al indagar sobre esto nuestro voluntario comentó que sabe de la existencia de otros tipos de actividades pero que él en particular prefiere ese tipo.

He escuchado que hay de animales o más sociales, pero siempre me fui a lo conocido.

Entrevista 9

Anteriormente en el relevamiento de empresas también se dejó en evidencia que las plataformas colaborativas son las que más opciones ofrecen en cuanto a tipo y actividades de voluntariado. Estos dos ejemplos dejan al descubierto que cuando se trata de este tipo de empresas o de las ONG, los proyectos son totalmente elegidos por el voluntario.

La empresa non profit se basa, supuestamente, a la hora de organizar sus proyectos en los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por la ONU como

nos comentó el entrevistado número 5.

En "empresa 2" cada uno de los viajes que haces está enmarcado dentro de uno de los 18 objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, y en ese momento fui por el objetivo número 10 que era reducción de desigualdades.

Entrevista 5

Entonces esta empresa en particular tiene diferentes proyectos enmarcados dentro de estos objetivos establecidos. Nuestros entrevistados eligieron el proyecto en el que querían aportar y la empresa comentó los destinos disponibles para el mismo. Los otros entrevistados viajaron por objetivos del medio ambiente en el caso del voluntario 2 y, por educación, el voluntario 4.

En el caso de los voluntarios que viajaron a nuestro país encontramos diferencias en cuanto a la elección del proyecto. El voluntario 1 dijo que su proyecto lo eligió la empresa en base a sus capacidades, a diferencia, el voluntario 7 comentó que pidió trabajar en la cocina y eso fue lo que le dieron. Aquí aunque parece distinto resulta ser que en ambos casos la empresa decidió en que proyecto poner a estos voluntarios. Lo mismo ocurrió con el voluntario 8 y el 4. Este último asegura que eligió el proyecto solo sin intervención de la empresa pero al indagar sobre ello, no fue hasta llegar a Argentina que supo que es lo que iba a hacer y en el proyecto en el que iba a participar. El voluntario 4 comentó, muy convencido, que sabía que trabajaría con una escuela local, aunque al llegar se encontró trabajando en una escuela privada y no en las actividades que esperaba.

En resumen podemos decir que lo que está en las manos del participante es la elección del destino o de la empresa intermediaria, ya que luego se basa en las disposiciones de la empresa las funciones a ejercer. En este sentido, se indagó a los participantes acerca de si supieron de ante mano en que proyectos iban a participar y si es una información relevante a la hora de elegir.

El participante de la ONG, sabía todo previamente, lugar al que irían, medios que tenían y no tenían, actividades a realizar, aunque en destinos hicieran muchas más de las establecidas. El voluntario intercambista, tiene casi todo definido debido a que las decisiones son propias y en el momento. Buscando trabajo en ciertos lugares también tenía expectativas de lo razonable o no, de ese trabajo, la elección dependía exclusivamente de él.

De los entrevistados que viajaron con empresas non profit o privadas (8) solo 3 tenían alguna idea de los proyectos en los que iban a participar, aunque no sus objetivos finales. El entrevistado 5 fue el que directamente tuvo contacto con la ONG local y, como ya se ha establecido, habla del comportamiento ético de la entidad. El voluntario 1 recibió el nombre de la organización que llevaba a cabo el proyecto dentro de los papeles de información que recibió de la empresa aunque nunca se internalizó en sus objetivos principales. Por último el voluntario 6 comentó que la empresa lo incluyó en un proyecto de huertas afuera de la ciudad, "proyecto Pacheco" como hace referencia el voluntario.

De estos entrevistados 4 aseguran no haber tenido noción del proyecto en el que participaban hasta llegar e incluso después. Un quinto participante aseguró que se lo dijeron solo con una semana de anticipación. El resto nunca lo supo, solo

consideró que la empresa haría las cosas coherentemente.

Al indagar sobre la importancia de esta información tres participantes lo consideraron de mucha importancia.

Si obvio. Para saber si me interesa la temática de la ONG. Para ir más convencida de lo que voy a hacer. Aparte por una cuestión de seguridad también, estoy yo poniendo el cuerpo de irme hasta Colombia o Brasil, o a donde sea, y mínimo dame las herramientas como para que yo me sienta segura y diga "bueno si, por esto pague la firma de contrato".

Entrevista 2

(...) me enviaron toda la información antes de ir a Argentina. Se necesita la información antes. Si yo no la hubiese tenido hubiera dicho que no.

Entrevista 1

Esta falta de información y de conocimiento por parte de los participantes, hace referencia a la importancia que jugó el proyecto local en sus decisiones. Solo dos de los participantes indagaron en sus respectivas ONG e intentaron buscar herramientas para el correcto desarrollo del voluntariado. Del resto, ya sea por falta de información o por poca iniciativa no sabía realmente a qué venía a nuestro país y con que iba a encontrarse.

Costos

Todos los participantes incurrieron en algún gasto al acceder al voluntariado. Algunos pagaron al intermediario por la organización del mismo, otros lo hicieron a través del traslado y la comida en destino.

En el capítulo anterior se comentó que las ONG son gratuitas y pudimos constatarlo a través de la entrevista pero, si bien la participación en la actividad es sin costo, el voluntario paga por su viaje. Al tratarse de una ONG el traslado hacia el destino corre por cuenta del voluntario. En nuestra entrevista el mismo contó que algunas veces reciben donaciones y ayuda para solventar gastos pero que no fue, ni es, en todas las oportunidades.

El gasto depende, varios viajes conseguimos donaciones de los pasajes. Allá poníamos para la comida de todos los días (...) Con respecto a los insumos intentábamos siempre conseguir donaciones (...) Intentábamos encontrar donadores o padrinos cada uno de los que íbamos (...).

Entrevista 3

Un caso parecido es el de nuestro voluntario intercambista. Este hizo un gasto en su traslado, en su comida y comodidades en destino pero, no directamente a algún intermediario.

Los siete casos restantes son todos parecidos. Todos pagaron a un intermediario

por acceder a la participación de un proyecto de voluntariado, el cual incluye ciertas características que, como se pudo apreciar en las entrevistas, dependen mucho de la percepción del voluntario. Con base en nuestras entrevistas pudimos definir ciertas cosas que si incluye el paquete, estas son: el alojamiento, el cual varía en función de la preferencia del voluntario; el proyecto; orientación; una o dos comidas depende el lugar de estadía, o en algunos casos ninguna; traslado hacia la instalación donde estaba el proyecto. Un solo voluntario comentó que tenía supervisión en destino.

Al establecimiento de este paquete, las empresas non profit, le llaman "firma de contrato" y se trata de un acuerdo escrito donde se esclarece lo incluido dentro de ese pago.

Pague una firma de contrato. O sea, vos firmabas el contrato que te incluía alojamiento en casa de familia, una comida por día laboral y nada más. Eso me lo cobraban. Aparte de eso yo tenía que gestionarme el pasaje en avión, el resto de comidas porque la casa de familia no estaba obligada a darte el resto de comidas ni nada. Y todo lo que yo quisiera hacer en los momentos que no trabajaba.

Entrevista 2

Existen ambigüedades bibliográficas respecto de si estos viajes son o no más económicos que los tradicionales. Para nuestros entrevistados esto también fue variable, algunos lo encontraron demasiado caro, otros razonable y otros muy económico.

Fue muy económico para mí. Argentina es un buen lugar para que vayan los estadounidenses.

Entrevista 1

Podríamos pensar que al ser extranjeros y, considerando la moneda en su país, siempre resulta económico viajar al nuestro pero, como veremos a continuación no todos los extranjeros lo vieron así y no todos los argentinos lo consideraron caro. Las 4 personas entrevistadas que vinieron a nuestro país encontraron el pago que hicieron dentro de lo "razonable". Algunos lo encontraron en términos medios como es el caso de los entrevistados 1 y 7, otros de muy bajos costos, entrevistado 6 y, el entrevistado 8 consideró que estaba bien siendo que era un aporte para la causa.

De las personas que viajaron con la empresa non profit, dos lo encontraron muy económico y otro muy caro.

(...) era bastante alto el costo. Era alto, o sea, no entraba cualquiera a hacer un voluntariado (...).

Entrevista 2

Esto es muy relativo siendo que habría que ver qué es lo que cada persona considera caro o barato pero, siendo que todos estos paquetes incluyen alojamiento el ahorro resulta importante. Se cree que esta es una de las causas

del aumento de las ventas de este tipo de viajes. Muchas veces el voluntario solo aporta algunas horas a una causa sin necesidad de involucrarse pero, se está ahorrando un gasto muy importante que disfruta haciendo turismo en destino.

Destinos

En el capítulo anterior concluimos que la mayoría de proyectos de turismo voluntario se concentraba en zonas altamente turísticas. Para corroborar los datos brindados en el relevamiento se consultó acerca de los destinos a los participantes. Solo el voluntario de la ONG se dirigió a un destino no turístico, un pueblo pequeño en la Provincia de Chaco de nuestro país, llamado Tres Isletas.

Todos los demás voluntarios, sea con la empresa que hayan viajado o, de forma personal como el caso del voluntario intercambista, viajaron a destinos altamente turísticos.

Los voluntarios extranjeros que viajaron a nuestro país, fueron todos a la Ciudad de Buenos Aires, y todos afirmaron haber realizado turismo en la ciudad. Los entrevistados que viajaron fuera de nuestro país lo hicieron a João Pessoa, una ciudad al norte de Brasil, Lima en Perú y Barranquilla en Colombia. Todos sitios turísticos con posibilidades de tours locales y destinos potenciales relativamente cercanos.

Este tipo de información nos hace pensar si en realidad la actividad está enfocada más al turismo que al voluntariado.

Salvo el voluntario de la ONG todos realizaron turismo en destino. Incluso algunos de los extranjeros fueron a Cataratas del Iguazú y Mendoza, además de los tours locales. Los voluntarios que salieron de nuestro país recorrieron varios puntos turísticos de los sitios en donde estaban, tanto de la ciudad como de los lugares cercanos. Por ejemplo, el entrevistado 5, que estuvo en Lima, Perú comentó que conoció Machu Picchu durante su estadía. Los entrevistados que estuvieron en Colombia, a pesar de estar ubicados en Barranquilla, visitaron destinos como Cartagena e islas cercanas al país.

Solo tres de los voluntarios aceptan que el tiempo en turismo y de voluntariado fue en medidas iguales pero, al indagar sobre el tiempo trabajado y el tiempo libre notamos que esto no es así.

Solo 4 horas cada día, de lunes a viernes... al comenzar, pero luego ellos me dijeron que yo no necesitaba ir todos los días entonces... de 2 semanas yo solo trabaje 4 días porque yo quería ver Buenos Aires.

Entrevista 8

Este mismo entrevistado asegura, al indagar sobre el tiempo implementado en cada voluntariado, que más tiempo invertido es mejor, un voluntariado más prolongado causaría mejores resultados pero, fue este participante mismo el que abandonó las actividades por más turismo, lo que genera dudas respecto de sus palabras.

Duración

Respecto de la duración, existen dos líneas a seguir, una es en función de las horas brindadas al trabajo en el proyecto y otra es a la cantidad de semanas que el voluntario se toma para realizarlo. En el relevamiento anterior, utilizamos como referencia la estadía total del participante en el destino, debido a que eso es lo que la empresa muestra y ofrece a los mismos. Gracias a las entrevistas pudimos conocer la cantidad de tiempo otorgado a la práctica voluntaria.

El voluntario de la ONG, dedicó todo su tiempo en el destino para ayudar a todas las personas que lo necesitaban. Su proyecto duraba una semana, en la cual todo el tiempo era de trabajo siempre que hubiera personas que necesitaban atención odontológica, tanto él como sus compañeros estaban disponibles.

Cuando estaba ahí haciéndolo, estaba todo el día ahí. Me levantaba temprano e iba al consultorio a atender (...) mientras más tiempo le puedas dedicar es mejor.

Entrevista 3

A diferencia de ellos, los proyectos armados por las empresas intermediarias tienen una duración de entre 4 y 6 horas de trabajo, por lo general matutinos para dejar las tardes disponibles, así como también los fines de semana. Todos los voluntarios de este tipo afirmaron haber realizado turismo durante sus tiempos libres.

Solo dos de estos voluntarios exigieron más actividad voluntaria en destino. El entrevistado 6 viajó solo para colaborar con el Proyecto Pacheco pero, al notar los tiempos libres disponibles pidió participar en otros proyectos. Así, terminó colaborando en, no 1, sino 3 proyectos en la Ciudad de Buenos Aires. De igual manera, el voluntario 5, prefería trabajar todos los días 8 horas porque el proyecto era el motivo por el cual había viajado.

En Brasil era de 8 a 4 de la tarde. Pero eso era porque yo quería. El proyecto en realidad era 2 días a la semana (...) la ONG había dicho que para no molestarnos podíamos ir 2 días y hacer todo, pero bueno yo viajaba por eso. Iba de lunes a viernes.

Entrevista 5

En cuanto a los días estipulados de "proyecto" o, por contrato, como lo definieron en algunos casos, varían en función de la disponibilidad del voluntario generalmente, de 1 a 6 semanas en los proyectos con intermediario y hasta 16 semanas en el caso del intercambiista.

Se indagó a los participantes en función de la importancia del tiempo invertido y las respuestas fueron en dos direcciones. Solo dos de ellos consideran que la duración depende directamente de la actividad que se esté llevando a cabo y de la forma en que se la realiza, mientras que el resto siempre considera que a mayor tiempo mejor es el impacto que se puede lograr.

(...) vos en esa semana podés dejar más marca que todo lo que hiciste a lo largo de 2 meses. Eso depende de lo que hagas, de las actividades, de cómo seas vos, de tu presencia, del proyecto.

Entrevista 4

La cantidad de tiempo tiene relación por la implicancia que puede llegar a tener. Si vas una semana seguramente podés impactar y hacer cosas muy copadas pero me cuesta pensar en una transformación realmente a largo plazo si vos no logras realmente implicarte en ese proyecto.

Entrevista 5

Muchos de los entrevistados que consideraron que a más tiempo mejores resultados son, también, los que menos horas y dedicación pusieron en sus respectivos proyectos por lo que ambas líneas de pensamiento son razonables. Tal vez menos tiempo sería más influyente en proyectos mejor estipulados y más tiempo para proyectos no tan basados en la actividad voluntaria.

Actividades

Anteriormente comentamos las actividades que realizaron los voluntarios en destino, estas fueron, enseñar (nutrición, inglés, empoderamiento, reciclaje), medicinales (odontología), talleres, preparar comidas, trabajar en huertas, auxiliar en jardín de infantes, limpieza y administración. También dijimos que se corresponden con los tipos de proyectos por lo general ofrecidos por las empresas intermediarias en el relevamiento del capítulo anterior.

La elección de actividades depende exclusivamente del voluntario, ninguno acuso haber tenido que realizar cosas que no hubiese querido aunque muchas veces no se respetaron todos los criterios de elección. En este sentido, por ejemplo, los entrevistados 1 y 4, viajaron creyendo que enseñarían a adolescentes, nutrición e inglés respectivamente, pero al llegar descubrieron que estarían con niños de jardín de infantes. Otro ejemplo de estos cambios en los criterios lo vivió el voluntario 2, quien viajó para enseñar sobre reciclaje a Colombia pero al llegar la desorganización de los proyectos hizo que no realizara ninguna actividad en toda su estadía.

Empresa 2 tuvo muchas fallas en mi experiencia (...), tuve mucha mala suerte con la ONG, enganche una ONG que solo trabajaba los sábados y yo tenía que trabajar si o si de lunes a viernes por una cuestión de contrato con empresa 2. (...) yo me enteré todo esto cuando estaba en Colombia.

Entrevista 2

Otro ejemplo de variación en cuanto a lo esperado y lo obtenido también podría ser el entrevistado 6 quien, al notar que solo trabajaría algunas horas, decidió anotarse en más actividades.

Yo fui para trabajar en el proyecto Pacheco pero cuando llegue, como que... quería hacer más y quería usar todo mi tiempo para "empresa 3" así que empecé a ir con otros voluntarios todos los días.

Entrevista 6

Solo dos de los entrevistados reconocieron que no fue lo que esperaban, para el resto estuvo bien e incluso algunos creen que superó sus expectativas. Respecto a esto también podemos comentar que de las personas que tuvieron malas experiencias, todas fueron con empresas non profit, lo que de nuevo deja en duda su verdadero desempeño para el porvenir de los proyectos.

Las personas que viajaron con empresas privadas, ONG y a través de intercambios, tuvieron en general buenas experiencias aunque, aquí se debe hacer un análisis de lo que para ellos fueron buenas experiencias.

En general, y tomando como referencia las entrevistas, consideramos buenas experiencias a aquellas donde la empresa cumplió con lo prometido en cuanto a alojamiento, proyecto, tiempo trabajado y tiempo libre. Esto se considera así porque así es como se comercializa, voluntariado más tiempo de turismo y, es por ello, que la gente accede. Solo en 3 casos la empresa no cumplió con lo establecido pero igual, 2 de estos voluntarios creen que la experiencia fue buena para ellos.

Esto nos lleva a otro punto importante del análisis y es, si los entrevistados consideran que aportaron a la causa y/o proyecto en el que trabajaron.

¿Aportaron?

Al indagar sobre el aporte a la causa y/o proyecto en general la respuesta es afirmativa aunque al hacerlo sobre los objetivos del proyecto muchos no supieron responder claramente. Esto deja en claro que lo que el entrevistado considera como aporte es el cumplimiento de su expectativa, la de cumplir con la actividad que fue a llevar a cabo aunque la misma no aporte demasiado al proyecto en sí mismo.

Solo tres voluntarios, el de la ONG, uno de empresa privada y uno de non profit, responden humildemente en un deseo de que ojalá hayan colaborado, el resto lo da por sentado.

Y ojalá que sí. Hacíamos lo máximo que podíamos, con las condiciones que teníamos, con los materiales que teníamos, o sea con muchas limitaciones pero después fuimos intentando hacer más cosas (...).

Entrevista 3

Esa es la esperanza pero la verdad es que no se. Definitivamente me cambiaron a mí, tuvieron una parte importante en esa época de mi vida pero no sé si yo, hice mucha diferencia, eso es lo que espero, eso es lo que todos quieren pero la verdad es que no se.

Este comentario también deja al descubierto otra de las características principales del turismo voluntario. El mismo se basa en la idea de los beneficios bidimensionales, mutuos y no solo para el que recibe la ayuda. En general todos consideran que fue una experiencia enriquecedora pero, desde diferentes aspectos. El entrevistado 1 al indagar sobre el efecto del voluntariado en él, hace referencia a lo aprendido o disfrutado dentro de su experiencia gracias a los tours que realizó. Los voluntarios 4 y 6, consideran que aprendieron a ser más independientes gracias a este viaje. Otros como el 3 y el 9, consideran haber abierto sus mentes a las diferentes realidades de las personas, lo que enriqueció su poder de empatía con los demás.

En resumen, resulta más evidente y claro el beneficio personal que los voluntarios creen haber adquirido que lo que en realidad dejan en el proyecto y, esto, abre de nuevo los interrogantes acerca del verdadero aporte de este tipo de actividades en los destinos.

Análisis Secundario

Como se mencionó anteriormente, el realizar entrevistas en profundidad permite ahondar más en la investigación. En este caso se utilizó para saber sobre la experiencia personal de cada participante en cuanto a la actividad voluntaria en sí misma. Preguntas como si esa era su primera actividad de voluntariado o si lo hacían también en su país, permiten realizar un análisis subjetivo respecto de la relación del voluntario viajante con la actividad.

El análisis anterior intenta corroborar lo relevado en el capítulo 3 de esta investigación, comparando lo ofrecido con lo obtenido según los entrevistados. Esto nos deja un panorama de la oferta actual de turismo voluntario en nuestro país y en otros, como se desenvuelve la actividad y las preferencias de los voluntarios. En este segundo apartado se intenta observar el entendimiento de los entrevistados sobre la actividad voluntaria y, su relación en específico, con la actividad turística.

Voluntariado

Anteriormente, basándonos en varios autores, definimos el turismo voluntario como una ayuda no forzada, brindada por el bien de un tercero y sin ánimos lucrativos, entre otras características. Como vimos, el turismo sumaría a esta definición el complemento del viaje y traslado de un origen a un destino, por un período mayor de 24 horas, de otra manera no sería turismo.

El voluntariado, entonces, puede también realizarse localmente. Al consultar a los entrevistados sobre esto, resultó positivo constatar que 6 de los 9 participantes realizaban actividades sociales previamente a hacerlo durante un viaje. En este sentido no hay un tipo de empresa representativo, los participantes en actividades locales fueron parte de empresas privadas, non profit y no gubernamentales.

Aquí es importante resaltar lo que cada persona cree que es un voluntariado en sí, ya que esto interfiere en la variación de lo que consideran hacerlo en casa o no. El entrevistado 9, participante de voluntariados para intercambio, no consideraba que hiciera "voluntariados" en casa porque para esta persona hacer un voluntariado es trabajar de alguna manera para obtener un beneficio no monetario. Al explicar que la pregunta hace referencia a la ayuda social o a la solidaridad que podría ser brindada, aclaró:

(...) los viajes me han hecho más desahogada de todo, es cuestión de que llego por ejemplo, abro mi placard y agarro ropa la saco, regalo, dono. (...) Siento que eso de ir a ayudar específicamente lo hago así con la gente... o sea todos en el barrio sabemos quién es la gente que por ahí puede llegar a necesitar esas cosas que yo no voy a usar entonces ahí si voy... esa es mi manera de ser solidaria.

Entrevista 9

Directamente se relaciona a los voluntariados con la ayuda solidaria. En este sentido la interpretación de los participantes también varió. Para el participante 9 este tipo de ayuda es donar, para los entrevistados 6 y 7 se trata de trabajar unidos en la comunidad, para otros tres voluntarios es la empatía y no solo brindar lo material. Solo un entrevistado se acercó más a la definición bidimensional del turismo voluntario, y definió la solidaridad como un dar y un recibir.

(...) Creo que habría mucha más gente haciendo servicio comunitario si fuera de la forma en que yo lo hice. Trabajé por las mañanas para ofrecer servicio comunitario y luego disfruté la tarde con otras actividades. Es un dar y recibir.

Entrevista 1

En este sentido, pero haciendo referencia al voluntariado, el entrevistado 8 también considera la importancia de la ganancia personal dentro de la actividad. Al preguntar sobre que considera que es un voluntariado contestó:

Hacer algo útil y ganar experiencia... diferentes experiencias para aprender. Debería ser 50 % dar y 50% recibir. Intercambiar ideas y entendimientos.

Entrevista 8

Todos los participantes que realizaron voluntariado localmente lo hicieron a través de asociaciones, talleres o grupos solidarios de su país o comunidad. Las actividades realizadas varían ampliamente: construcción o mejoramiento de casas, brindar charlas y meriendas informativas, colaborar en centros cerrados, alimentar personas luego de desastres naturales, y enseñar fútbol a jóvenes o baile a ancianos. En ninguno de los casos, los entrevistados dijeron haber realizado las actividades por obligación, sino que fue siempre una iniciativa personal para ayudar.

Luego de notar las diferencias en las interpretaciones de lo que realmente es un voluntariado, y la variedad de las actividades que son incluidas se preguntó a cada participante que consideraban ellos que era un voluntariado.

Aquí las definiciones también varían ampliamente.

El tema de los voluntariados viajando esta bueno el intercambio, tipo un trueque, o sea vos me ayudas, yo te ayudo, esta buenísimo (...) el voluntariado es un viajero que está viajando y lo hace para que el viaje se le haga menos pesado en el tema de la plata ¿no?, más fácil, o sea ayudarte en algo y que vos me ayudes con la cama o la comida (...).

Entrevista 9

Ayudando con las escuelas. Ayudando a alimentar personas. Eso sería realmente bueno, porque se puede ver que mucha gente está hambrienta. Construir casas. En US nosotros tenemos "habitat for humanity", y lo que es, nosotros vamos en equipos a construir casas (...).

Entrevista 1

(...) el poder participar de una causa que te movilice, que te cautive, que te encuentre. Porque inclusive no necesariamente tiene que ser por otra persona. Puede ser un voluntariado para contribuir con el medio ambiente y vos no estás en contacto directo con una persona. Es eso, la forma de encontrar algo que te movilice por dentro y que te haga levantarte con ganas, con energía para ir por eso. Un camino.

Entrevista 5

Aquí vuelve a resaltar la diferencia de acepciones respecto de cada voluntario. El entrevistado 9, el intercambista, lo considera un trueque directo de beneficios, "vos me ayudas, yo te ayudo" dice. El entrevistado 1 lo considera algo más material, algo físico o intelectual que brindar a un tercero. En el último ejemplo, el entrevistado 5 se para desde un lado más personal de satisfacción por participar en la causa. Otros 2 entrevistados lo consideran brindar tus herramientas personales, otro como simplemente brindar tu tiempo.

Ninguna de las interpretaciones es errónea o mejor, se trata de apreciaciones personales, aunque las mismas ayudan a ver lo que en realidad es más importante a la hora de realizar el voluntariado.

Buen Voluntariado

Luego de indagar sobre lo que consideraban que era un voluntariado, resultó interesante preguntar acerca de cómo sería un buen voluntariado o el mejor, que debería incluir o tener en cuenta. Hubo quienes hicieron referencia a su experiencia personal y quienes lo definieron más ampliamente.

El entrevistado 1 considera un buen voluntariado aquel que brinda el trabajo durante el día y varios tours por la noche. Este mismo entrevistado considera que las reuniones sociales entre voluntarios son muy importantes y tendrían que brindarse más en destino. Otros entrevistados pusieron énfasis en la necesidad de estar organizado seriamente y, apuntar a una necesidad concreta.

Para mí, trabajar en un equipo, establecer unas buenas relaciones, ser empático con el otro, ya sea el compañero del equipo o la persona para la que estás trabajando.

Entrevista 4

Principalmente apuntar a una necesidad concreta, específica, eso, saber que cuando uno va, realmente va por una causa, a solucionar o contribuir a ser parte de una solución en un lugar (...)

Entrevista 5

Siguiendo esta línea, un buen voluntario tendría que ser, según los entrevistados, alguien empático, paciente, con la mente abierta y disponibilidad de cambiar.

Creo que para ser un buen voluntario tenés que ir primero sin necesidad de buscar algo a cambio, ir simplemente porque te gusta ir, porque tenés el convencimiento de querer hacerlo, sin buscar que te paguen un sueldo, o sin querer algo a cambio que sea económico o material sino más bien por la experiencia (...).

Entrevista 2

Aquí y basándonos en las definiciones de un buen voluntariado y un buen voluntario, resulta notoria la diferencia en cada entrevistado. Para unos la importancia esta en lo que se obtiene de la actividad como ganancia personal, y esa ganancia se espera de ante mano. Para otros, la ganancia es lo de menos, sino que lo que los mueve es la idea de generar un impacto positivo en la comunidad de acogida.

Cuatro de nuestros voluntarios consideran innecesario viajar para realizar voluntariados, aunque para dos de ellos el enriquecimiento cultural, la salida de la zona de confort y el tiempo dedicado es diferente haciéndolo durante un viaje. Otros tres entrevistados (extranjeros que vinieron a nuestro país) consideran este tipo de viaje como una oportunidad de aprender de la cultura, según palabras de uno de ellos "quería una aventura".

Solo dos de nuestros entrevistados respondieron que su motivación principal era el trabajo voluntario. El resto de ellos, de diferentes formas, confesó que la verdadera motivación era el viaje, o el conocer otra cultura y vivir nuevas experiencias.

Voluntariado y Turismo

Para poder entrecruzar ambas actividades es necesario que se realice un traslado fuera del lugar habitual y cotidiano y con un pernocte no menor de 24 horas. Eso fue lo que hicieron nuestros entrevistados, de diferentes maneras y en diferentes destinos.

Al hablar sobre su experiencia todos los participantes la definen como un voluntariado, nadie hizo referencia al turismo voluntario aunque, en definitiva, es lo

que en realidad se estaba llevando a cabo.

Cada uno dio su respuesta en relación a su experiencia y lo que habían vivido, aunque no lo definieron con esos términos desde un principio.

(...) Usualmente es un programa donde vos viajas a lugares diferentes y aprendes sobre el lugar y tenés unas vacaciones donde vas a andar en bici, excursiones, a la playa, cenar, pero durante el día tenés un proyecto. Me encanta.

Entrevista 1

Viajar por el mundo con un propósito mayor. Es un mejor modo de conocer a las personas y su cultura que sólo siendo un turista.

Entrevista 8

Otros dos entrevistados, al preguntarles acerca de si sabían lo que era el turismo voluntario respondieron desconcertados que tal vez es la actividad que realizaron. Uno de estos entrevistados creyó que el turismo voluntario era exactamente lo que brindaba la empresa con la cual participó, y no que había otras alternativas de realizarlo. En este sentido, el participante 9 también considera que la actividad que realizó, debido a sus características, es turismo voluntario.

Yo no sabía lo del turismo voluntario, pero es más o menos lo que hago yo... así que si lo que hice fue parte de esta modalidad.

Entrevista 9

Solo uno de los entrevistados, el participante de la ONG, se mostró crítico al pensar en ambas actividades en conjunto. Para él, ambas cosas no pueden ser al mismo tiempo.

No sé si ambas cosas pueden ir de la mano. No me cierra mucho. Tal vez si el viaje estuviera planteado como 15 días de viaje, 15 días de voluntariado... pero no se no me cierra (...) que vayan las dos cosas de la mano me parece medio manipulador en algún punto... es como una farsa, un enganche para que la gente vaya y después no haces nada.

Entrevista 3

Fue este mismo participante el que no se consideró, ni se considera, un turista voluntario. Durante su viaje tampoco conoció mucho más de la localidad local y los centros donde se llevo a cabo la actividad voluntaria. El resto de los voluntarios se consideraron todos durante sus viajes como turistas voluntarios. Solo uno dijo ser más turista que voluntario. En el análisis anterior, ya analizamos la cantidad de tiempo brindado al voluntariado y al turismo voluntario, y como la percepción de cada voluntario varió en función de las expectativas o el "contrato" de cada uno.

Otro de los entrevistados, que si se considera un turista voluntario, también comentó que durante sus experiencias dedicó el mayor tiempo posible a las actividades voluntarias y cuando estuvo haciendo turismo solo añoró la idea de volver al trabajo. Este participante viajó a través de una non profit y tuvo buenas

experiencias. Al indagar sobre esto se consideró que fue gracias a la organización de la ONG local que esto se dio de esta manera y no por el operador turístico en sí. En comparación otros dos entrevistados viajaron con la misma empresa y no tuvieron las mismas garantías ni experiencias.

Esto nos dice mucho acerca de cuanto influye la organización local, de las asociaciones y/o ONGs, tanto como la motivación, ganas y expectativas de cada participante.

Capítulo 5: Discusiones y Conclusiones

Lo que el Volunturismo Dice Ser

Según las definiciones teóricas sobre la actividad, abordadas en el capítulo 2 de esta investigación, en resumen, el turismo voluntario, de voluntariado o volunturismo como puede llamárselo según Tomazos (2009), se trata de personas que durante sus viajes realizan actividades voluntarias, generalmente en una asociación u organización local con el objetivo de "ayudar" en diferentes aspectos, ya sea ecológicos, sociales o económicos (Basilio Campaniço, 2010).

En el capítulo uno definimos, en base a diferentes autores la actividad voluntaria como una con gran componente solidario (Tomazos, 2009; Basilio Campaniço, 2010; Rochester, Paine y Howlett, 2010). Esta misma característica es también la utilizada por los voluntarios para definir sus motivaciones, y por los operadores turísticos para atraer a los mismos. Según la Real Academia Española (RAE, definición 1, 2020), la solidaridad es la adhesión circunstancial a la causa o empresa de otros, es justamente lo que el turismo de voluntariado ofrece: la oportunidad de sumarse a un proyecto a través de un intermediario que tiene todo organizado de ante mano (Bremen, 2015). Este proyecto permite participar de unas actividades controladas, supuestamente, elaboradas en base a una idea de desarrollo y mejoría de ese lugar o un aspecto de la sociedad.

La diferencia primordial que los autores destacan y que la diferencian del turismo tradicional es el hecho de que la motivación principal es la actividad voluntaria, mientras que en el resto de los viajes vacacionales es el ocio o el placer. Entonces, con esto en mente, los operadores turísticos generan opciones de viajes que combinen ambas actividades y así, ofrecer un paquete turístico de voluntariado. Las empresas utilizan frases como las siguientes para activar la solidaridad, o la culpa, dentro de cada persona pensando en viajar.

"aprende, viaja y colabora"

Worldpackers, (15 de febrero de 2021)

"no eres solo un turista y tus objetivos incluyen mucho más que selfies y resacas"

Love Volunteers, (15 de febrero de 2021)

Al investigar y relevar cada empresa se puede observar que siempre se trata de organizaciones "conscientes", ya sea del impacto, de las necesidades locales o de

los turistas, con intenciones de colaborar u ofrecer algún beneficio a la comunidad local. El fin de cada una es vender un paquete por la "necesidad" de ayudar y brindar voluntarios a ciertas causas locales.

"es una gran forma de hacer una diferencia en el mundo junto a una organización en la que puedes confiar"

Projects Abroad, (15 de febrero de 2021)

Realizar turismo voluntario implica, en resumen, el traslado (viaje), la apreciación de atractivos, la interacción social y, lo más importante, la actividad voluntaria. Es solo un componente el que debe sumarse al turismo tradicional para poder organizar un viaje de este tipo, aunque, el mismo, implique muchas organizaciones más pequeñas que tienen que ver con la ONG o asociación local, la inclusión de voluntarios dentro de esos proyectos, y la toma de conciencia sobre sus impactos.

Como vimos, los participantes de los voluntariados pueden ser de variadas edades (desde los 16 años) y sin tope máximo de edad dependiendo la compañía en la que participen, y el tipo de proyecto. Tanto mujeres como hombres son bienvenidos, así como también profesionales, estudiantes, jubilados o simples entusiastas, curiosos de este tipo de actividades. Esto quiere decir, que en la oferta de turismo voluntario no existen restricciones de participación, abarcan a todos los rangos y tipos de personas que quieran participar. Hay una opción para cada uno porque, como se confirmó, el proyecto y trabajo a realizar es adaptable a la necesidad y/o ganas de cada uno. La cantidad de múltiples proyectos en diferentes campos abren el paraguas de opciones haciendo que haya uno para cada potencial voluntario (véase capítulo 3).

Hoy en día, existen tantas ofertas disponibles como exija el turista voluntario. La variedad de opciones en cuanto al tipo de empresas para contratar, la duración de sus estadías y del tiempo trabajado y, lo más importante el tipo de actividad a realizar, aumenta de acuerdo a la necesidad de la demanda.

El hecho de que solo absorbiendo una organización local o un proyecto, las empresas turísticas estén vendiendo voluntariados de forma indiscriminada y, en muchos casos, sin atender a los objetivos finales de cada uno, ni observar si el potencial participante tiene las cualidades que el proyecto necesita, deja al descubierto una modalidad turística que podría causar más daños que beneficios.

La Utopía

La Real Academia Española nos dice que una utopía es una forma "ideal" (e inexistente) de concebir la realidad (RAE, 2020, definición 2). La utopía existe en el volunturismo porque se quiere hacer (y se hace) creer a los participantes que su inclusión dentro de estos programas ayuda en cualquier forma que se lleve a cabo, no importa las cualidades que ellos tengan, ni el tiempo que le dediquen, ni siquiera si el proyecto es sostenible.

Como vimos, esta es la forma en que se lleva a cabo: el voluntario viajante compra

un paquete que incluye actividades voluntarias en pos de una comunidad local entre otras cosas. El dinero que paga va a la empresa intermediaria y vendedora del paquete, la comunidad local y los organizadores del proyecto no reciben nada del mismo, o al menos no en iguales cantidades. El voluntario ofrece entre 3 y 4 horas diarias de sus vacaciones a una actividad que muchas veces (si no todas) no sabe donde está llevándose a cabo y con qué finalidad.

Inicialmente, visto desde afuera, el turismo voluntario se trata de una forma solidaria de viajar pensando en el otro y no solo en uno mismo. Decir que se quiere "ayudar" no alcanza. No alcanza si el proyecto no va hacia ninguna meta, no alcanza si el voluntario ni el organizador local no se comprometen con la misma, que es lo que realmente sucede.

En un primer acercamiento a esta investigación, se consideró como principales responsables de las malas prácticas en la actividad a los tour operadores. Si bien ellos absorben todo tipo de proyectos para alcanzar potenciales compradores, no son ellos específicamente quienes organizan la actividad. Pudimos observar que en casos de participar en la misma empresa hubo buenas y malas experiencias, y esto refiere al tipo de organización local con la cual se asoció el tour operador.

Resulta importante al mismo tiempo aclarar que las empresas, si bien simples intermediarios, se promocionan a sí mismas como empresas responsables, solidarias y conscientes que intentan ayudar y colaborar con sociedades poco beneficiadas, y no lo son. Se asocian indiscriminadamente con cualquier tipo de proyecto que sea sustentable monetariamente para ellos, dicen ser empresas sin ánimo de lucro pero todas lucran a partir de este tipo de turismo y, al momento de demostrar realmente su solidaridad simplemente no lo hacen (demostrando en que utilizan las ganancias o haciendo referencia a la situación del COVID-19 en el año 2020).

Otra creencia errónea sobre la actividad es considerar al voluntariado como principal motivación de viaje. Como pudimos analizar, todos los destinos de viaje se desarrollan en zonas turísticas, destinos por excelencia y, si bien allí también hay necesidades, no son las zonas más afectadas por la negligencia social y política. Además, la mayoría de entrevistados realizó más tiempo haciendo turismo que siendo parte del proyecto. Esto no quiere decir que la mayoría de los proyectos se organizan en estos destinos, existen muchos en otros puntos de nuestro país como alrededor del mundo pero que no son potencialmente vendibles para los tour operadores, ni de agrado a los ojos de los compradores.

Existen formas de ayudar viajando gratuitas pero enteramente destinadas al trabajo voluntario. Estas son las que menos llaman la atención de los participantes por lo que son las menos promocionadas y vendidas en el mercado, lo que demuestra lo dicho en el párrafo anterior, la principal motivación no es el trabajo voluntario. Otra característica que lo demuestra es la duración de los mismos. Mientras que un viaje de voluntariado pretende que el voluntario brinde el mayor tiempo posible a la causa, el volunturismo hace lo contrario. El voluntario viajante solo ofrece algunas horas de su día para ayudar mientras que el resto son para vacacionar. Además, si el voluntario pretende más horas libres también puede dejar el proyecto con anticipación y dedicarse enteramente al turismo, la empresa se adecua a la necesidad del turista y no de la comunidad ni el proyecto local.

Se creería que al tratarse de un viaje en pos de un beneficio local, la información acerca del proyecto es vasta y contundente pero, en el turismo voluntario lo que es amplio es la información sobre sitios de interés en los destinos y lo que no deben olvidar a la hora de viajar. Casi ningún voluntario sabía que iba a hacer ni en donde previo al viaje a realizar. Lo utópico es creer que aún sin estar capacitado o preparado previamente se puede realizar un impacto positivo en un comedor, jardín o asilo, siendo que se intenta ayudar a personas. En este caso la responsabilidad también recae sobre todos los participantes de la actividad.

En cuanto al aporte que generaron con sus participaciones, todos consideran que lo hicieron, aportaron a la causa por la cual viajaron. Pero, ¿qué es para ellos aportar a la causa?, no está definido. Las personas más entusiastas sobre esto son las que parecen haber aportado menos en función de tiempo y capacidades. El turista voluntario lo considera una buena experiencia si no tuvo grandes inconvenientes durante su estadía, por ejemplo, un robo o un accidente, pero, no considera una mala experiencia si el tiempo que dedicó fue nulo o poco, si realmente realizó bien la actividad que fue a realizar, o si midió el nivel de entendimiento de las enseñanzas que fue a impartir.

Otra creencia utópica en la que opera el volunturismo y que recae sobre el ideal de los voluntarios, es creer que todo el dinero aportado va directamente al proyecto en el que participan. Esto afecta también al entendimiento del aporte genuino en la causa, ya que muchos consideran que su aporte ya fue hecho monetariamente, por lo que el tiempo en la actividad no es tan importante. En la mayoría de los casos, esto no es así. Pocas empresas discriminan en qué utilizan el dinero aportado por los participantes, casi ningún dinero va a la causa, y lo que reciben las organizaciones locales son solo inexpertos que participan por algunas horas sin entender realmente el fin último de ese proyecto.

Lo realmente importante entender de esta utopía, es que es imposible considerar que cualquier proyecto semi organizado por personas sin experiencia, sin previa evaluación y llevado a cabo por participantes que lo que en realidad quieren es estar de vacaciones pueda resultar en un desarrollo sostenible para una comunidad o destino. Todos los participantes tienen cierto grado de responsabilidad en este punto pero, al fin de cuentas, los que reciben el impacto son los locales.

En general, y según lo arrojado por la investigación, los proyectos no son creados en función de la necesidad de una empresa turística de vender, sino que se trata de pequeñas asociaciones locales con funciones diarias de apoyo comunitario que resultan, tal vez por algún porcentaje o solo por las manos extras, absorbidas por las empresas privadas y non profit para ofrecer nuevas alternativas turísticas. Si bien en muchos países la creación de necesidades ficticias existe en función de la venta turística, no es la única forma en la que estas asociaciones emergen.

Aun cuando resulta positivo que no siempre se creen necesidades con el fin último de vender, también es importante resaltar que muchas de estas asociaciones locales no cuentan con los recursos para gestionar un proyecto, hablamos de organización y evaluación de los mismos y, es por ello, que los mismos generan pocos o nulos beneficios sostenibles y visibles. Esto también impacta, y resulta en una de las características más importantes a tener en cuenta si se quiere llevar a cabo un proyecto solidario y sostenible.

Debido a todas estas creencias ideales es que durante algunas décadas se consideró al volunturismo dentro de ciertos paradigmas turísticos más respetuosos, como el solidario, responsable o comunitario. En esta investigación se revela que no siempre esta forma de turismo es llevada a cabo con esas características y, aunque en el mejor de los casos es lo que quiere alcanzar difícilmente se acerca. Existen otras nuevas modalidades turísticas que tal vez se acerquen más a lo proporcionado actualmente por los proveedores del turismo voluntario, o a las necesidades de este tipo de turista, por ejemplo el turismo negro, turismo slum o de pobreza, el turismo de realidad, entre otros.

Conclusiones y Recomendaciones

Existen dos formas de ver al volunturismo o turismo voluntario. Una es de forma utópica e idealizada, como una forma espectacular de viajar en la cual a través de nosotros y nuestra experiencia generamos un impacto positivo en comunidades con bajos recursos. La otra forma de verlo es de forma crítica y, en este sentido, es importante aclarar que la idea principal no es definir al volunturismo como algo totalmente malo y erróneo sino que debe hacerse y planearse desde un lugar de responsabilidad y pensando siempre en los impactos posibles.

La investigación nos permitió comprobar estas formas de ver al volunturismo. Gracias al relevamiento pudimos observar que existen diferentes formas de comercializar la actividad, variedad de proyectos y niveles de interés de cada voluntario. Las entrevistas nos ayudaron a ver que las formas de venta coinciden entre sí y que las experiencias en la actividad varían en cada caso. Lo que no vimos a lo largo de la indagación es una verdadera apreciación de la comunidad local y de su participación dentro del turismo voluntario.

Para que el turismo voluntario tenga un impacto positivo en la comunidad local, que es uno de sus objetivos principales, debe estar bien organizado, con ideales claros a alcanzar en ciertos períodos de tiempo, además de actividades y trabajos que lleven adelante tareas necesarias para la mejora continua. ¿De qué sirve un voluntario que no habla español enseñando nutrición en un comedor diario? Preguntas como estas deberían golpear tanto a los organizadores locales, a la empresa turística y también al voluntario. La falta de ética recae sobre todos.

Para Drucker (1994, en Paolini y Odriozola, 2019) lo más importante para empresas del Tercer Sector (que trabajan en ámbitos sociales) es operar con una función objetivo precisa, racional y eficiente. Deben concentrarse siempre en la misión pero, pudimos observar que en muchas de estas no existen objetivos claros expresados. Las organizaciones fallan al identificar las necesidades específicas de la comunidad local (Simpson, 2005). A partir de allí todo resulta mal llevado adelante.

Algunas organizaciones locales llevan a cabo pequeñas acciones diarias para colaborar con necesidades básicas de ciertos grupos en la sociedad en la que se encuentran, no realizan estudios previos, ni evaluaciones de impacto, tal vez porque no esperan que esto se resuelva del todo o porque no tienen los medios para estos estudios, no está realmente bien definida la razón. Existen casos

exitosos en los que los voluntarios aportan verdadero valor a ciertas causas o proyectos, pero son los menos.

En resumen, no se cree que el turismo voluntario sea una mala práctica turística sino una forma más de viajar que necesita ser planeada responsablemente por todos los participantes de la misma, tal vez más aún que otros tipos ya que involucra directamente a la comunidad de acogida. Un operador local necesita información acerca de la forma en que esta actividad va a beneficiar a la comunidad y al proyecto en sí. Una empresa turística necesita afiliarse a proyectos que persigan un beneficio real. Por último los voluntarios deberían evaluar las mejores opciones, proyectos y no en función de sus necesidades o gustos sino en la comunidad de acogida y la forma en que será impactada. Si el voluntario solo piensa en sí mismo, tal vez debería tomarse unas vacaciones diferentes en vez de un viaje de voluntariado.

Esta investigación a través de la identificación de las formas de comercialización y acceso a la actividad así como de la interpretación del relato del voluntario, intenta contribuir a la bibliografía negativa sobre la actividad turística y en específico sobre el volunturismo. El turismo ha provocado relaciones de dominación y subordinación sobre todo gracias a sus beneficios económicos, las mismas son poco cuestionadas y, en consecuencia, difundidas, lo que lleva a un consumo indiscriminado y a una complicidad involuntaria por parte de todos en sus consecuencias. La idea principal aquí es contribuir una mejor producción y consumo del turismo voluntario. Para ello, se recomienda un mejor estudio, gestión, desarrollo y evaluación de los proyectos llevados adelante así como de los paquetes a los cuales el turista accede. Este parece ser uno de los rasgos más importantes a atender para el desarrollo del mismo.

Es importante ser solidario y colaborar con buenas causas pero, si las mismas no están bien desarrolladas solo colaborarán con mayores impactos y generarán consecuencias en las comunidades de acogida, además de dependencia económica y sentimental.

Referencias Bibliográficas

V Informe sobre el estado del Voluntariado en el mundo. Valores universales para alcanzar el bienestar mundial. (2011). Voluntarios de las Naciones Unidas (VNU). Disponible en:

http://www.undp.org/content/dam/undp/library/corporate/Volunteerism%20Report/SWVR2_01_1_Spanish_Full.pdf

Administración Federal de Ingresos Públicos. AFIP. (2021). *Entidades sin Fines de Lucro. Exención de Ganancias y otros Beneficios*. Disponible en: <https://www.afip.gob.ar/entidades-sin-fines-de-lucro/exencion-de-ganancias/beneficios.asp>

Barbieri, C., Santos, C. A., Katsube, Y. (2012). 'Volunteer tourism: On-the-ground observations from Rwanda'. *Tourism Management*, 33, 509-516

Basilio Campaniço, Patricia Alexandra (2010). *Turismo de Voluntariado: a perspectiva do Voluntariado no Turismo*. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Universidade de Beira Interior. Covilhã, Portugal.

Bertoncello, Rodolfo. (2002). *Turismo y Territorio: Otras prácticas, Otras miradas*. Aportes y Transferencias, Universidad de Buenos Aires.

Birrell, Ian. (2010). *Before you pay to volunteer abroad, think of the harm you might do*. The Observer. 14 de Noviembre de 2010.

Boyer, Marc. (2002). *El Turismo en Europa, de la Edad Moderna al Siglo XX*. *Historia Contemporánea* 25, 2002, 13-31. Universidad Lumiere- Lyon II. Francia.

Bremen, Lydia Anna. (2015). *Volunteer Tourism: a critical explorative analysis from the tour operators' perspective*. (Tesis de Maestría). Universidad de Suecia. Campus Sundsvall. Suecia.

Brown, F., y Hall, D. (2008). *Tourism and Development in the Global South: the issues*. *Journal: Third World Quarterly*. Volume 29, 2008. Issue 5. pp 839-849.

Brown, S., y Lehto, X. (2005). 'Travelling with a purpose: Understanding the motives and benefits of volunteer vacationers', *Current Issues in Tourism*, 8 (6), pp.479-496

Callanan, M., y Thomas, S. (2005) *Volunteer Tourism: Deconstructing Volunteer Activities Within a Dynamic Environment*. En Novelli, Marina. *Niche Tourism: contemporary issues, trends and cases*. Editorial: Butterworth-Heinemann: Elsevier. Capítulo 15, pp. 103 – 200

Casanova Ferro, G. (2007). *Derecho y Turismo*. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Turísticas.

Clost, Eilyn. (2011). *Voluntourism: The Visual Economy or International Volunteer Programs*. (Tesis de Grado). Universidad de Queens. Kingston, Ontario, Canadá.

Cnaan, R., Handy, F. y Wadsworth, M. (1996). *Defining who is a volunteer: Conceptual and Empirical Considerations*. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly. 1996 25: 364. DOI: 10.1177/0899764096253006

Cohan, Andrew. (2010). *Voluntourism: The Human Side of Sustainable Tourism*. HVS MIAMI. Junio 2010. Miami, Florida.

Conti, A. y Cravero Igarza, S. (2010). *Patrimonio, Comunidad Local y Turismo*. Notas en Turismo y Economía. Año I. Nro I. 2010. ISSN 1853-1504

Corrêa do Nascimento, R. (2008). *Franciscanismo no Brasil: Do Turismo Religioso ao Turismo Voluntário na Província da Imaculada Conceição no Brasil*. Tesis de doctorado presentada en Universidad de Sao Paulo, Sao Paulo, Brasil.

Dachary, A. y Arnaiz (1994). *Turismo y Recolonización. Un modelo acorde con la globalización*. Estudios y perspectivas en turismo. Vol. 3, N°. 1. (enero), 1994.

Davis Smith, J. (2000). "Volunteering and social development". Voluntary Action. 3(1) pp. 9–23.

Decreto 260/20. Boletín oficial Presidencia de la Nación Argentina, Buenos Aires, Argentina, 12 de marzo de 2020. Recuperado en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/suplementos/2020031201NS.pdf>

Decreto 274/20. Boletín oficial Presidencia de la Nación Argentina, Buenos Aires, Argentina, 16 de marzo de 2020. Recuperado en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/suplementos/2020031601NS.pdf>

Dreifuss-Serrano, C. (2018). *Seamos aguafiestas: los problemas del volunturismo*. Recuperado en: https://www.researchgate.net/publication/329428095_Seamos_aguafiestas_los_problemas_del_volunturismo

Fernández de Liger, Luciano. (2006). *El Turismo Alternativo: una opción para el desarrollo económico local del Paraje Monasterio*. (Tesis de Grado). Universidad de La Plata. Buenos Aires, Argentina.

Fernández Mouján, M. (2008). Turismo: relaciones e intercambio entre otros culturales. Caso de estudio. Anuario de Estudios en Turismo- Investigación y Extensión, 8(5). Recuperado desde: <https://bit.ly/2u7MW1n>

Flores Vivar, J. (2009). *Nuevos Modelos de la comunicación, perfiles tendencias en las redes sociales*. Comunicar, vol. XVII, núm. 33, 2009, pp. 73-81 Grupo Comunicar. Huelva, España

Francesch, A. (2004). *Los conceptos del turismo. Una revisión y una respuesta*. Gaceta de Antropología, 20(29). Recuperado desde: <https://digibug.ugr.es/handle/10481/7280>

Fundación IO. Enfermedades, Medicina, Viajes. (2021). Madrid, España. Recuperado desde: <https://fundacionio.com/viajarseguro/paises/argentina/vacunas-argentina/>

Fundación por la Socialdemocracia de las Américas (2014). Turismo sostenible. Nueva visión socialdemócrata, 14, 13-25. Recuperado desde: <https://bit.ly/2L6xwEv>

García Bottaro, Ana Laura. (2016). *Turismo Voluntario: Una Aproximación a su Estudio*. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata. Argentina.

Gomes Paiva, Lucia Cristina. (2014). *Questões Essenciais Para Uma Análise Global do Fenómeno do Volunturismo: Estudo de Caso*. Faculdade de Letras. Universidade do Porto. Porto, Brasil.

Gómez Gómez, E. (2014). *Turismo de Voluntariado*. Itinerario de Adaptación al Grado de Turismo. Escuela Universitaria de Educación y Turismo. Universidad de Salamanca. Salamanca, España.

González Damián, A. (2004). El anfitrión como actor social en el turismo. Reflexiones desde el caso de Ixtapan de la Sal, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 3, 155-168. Recuperado desde: <https://revistacienciassociales.ucr.ac.cr/images/revistas/RCS105/10Gonzalez.pdf>

Gordon. B. (2002). El Turismo de Masas: Un Concepto Problemático en la Historia del Siglo XX, Mills College, Oakland, California.

Gula, Lauren. (2006). *Backpacking Tourism: Morally Sound Travel or Neo Colonial Conquest?*. (Tesis de Grado).

Guttentag, Daniel. (2009). *The possible negative impacts of volunteer tourism*. *International Journal of Tourism Research*. Volume 11, Issue 6. pp. 537-551.

Hallpenny, E. A. y Caissie, I. T. (2003). *Volunteering on Nature Conservation Projects: Volunteer Experience, Attitudes and Values*. *Tourism Recreation Research*. 28:25-33.

Kumaran, M y Pappas, J. (2012). *Managing Voluntourism. The Volunteer Management Handbook: Leadership Strategies for Success*, 2nd Ed. Digital E.

Ibáñez, R., y Rodríguez, I. (2012). *Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo*. *Medio ambiente y política turística en México*, 1, 17-33. Recuperado desde: <https://micrositios.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>

Ingram, Joanne M. (2008). *Volunteer Tourism: Does it have a place in development?*. School of Asian Languages and Studies. University of Tasmania. Tasmania, Australia.

Kumaran, M y Pappas, J. (2012). *Managing Voluntourism. The Volunteer Management Handbook: Leadership Strategies for Success*, 2nd Ed. Digital E.

Lamoureux, Kristin. (2011). *First Travelers' Philanthropy handbook*. CREST. Febrero 2011.

Ley N° 25855. Ley Nacional de Voluntariado Social. Buenos Aires, Argentina, 7 de enero de 2004. Recuperado desde: <http://www.desarrollosocial.gba.gov.ar/recursosWEB/recursos2/leynacionaldevoluntariado-social.pdf>

Ley N° 600. Ley de Turismo. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, 7 de junio de 2001. Recuperado desde: <http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley600.html>

Lynn, P., y Davis Smith, J. (1992). *The 1991 National Survey of Voluntary Activity in the UK*. Berkhamsted, UK.

Marradi, A. Archenti, N. y Piovani, J. I. (2007). *Metodología de las Ciencias Sociales*. Avellaneda, Argentina. Emecé Editores. <https://drive.google.com/file/d/0B2zUix83KG5IWIU3dmJ4MEN3Mkk/view?ts=5ec6a0ae>

Mendes, C y Sonaglio, E. (2012). *Volunturismo: Uma Abordagem Conceitual*, Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica, Vol. 15 - nº 2 - p. 185–205 / mai-ago 2013.

Michaelis, Caroline. (2015). *From Volunteering to Voluntourism: challenges for the Responsible Development of a Growing Travel Trend*. Policy Paper. Working Group - Tourism & Development. 1 de Marzo de 2015.

NCVO, (2004). *The UK Voluntary Sector Almanac*. 5th Edición. NCVO Publications. Londres, Inglaterra.

Organización Mundial de la Salud, (2020). *COVID-19: cronología de la actuación de la OMS*. Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/detail/08-04-2020-who-timeline---covid-19>

Organización Mundial de Turismo, (26, febrero 2020). *Declaración conjunta sobre el turismo y el COVID-19. La OMT y la OMS hacen un llamamiento a la responsabilidad y la cooperación*. [comunicado de prensa]. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-omt-oms-llamamiento-a-la-responsabilidad-y-la-coordinacion>

Organización Mundial de Turismo, (13, marzo 2020). *Turismo y COVID-19*. [Informe]. Recuperado en: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/COVID19_NewDS_ES.pdf

Organización Mundial de Turismo, (17, abril 2020). *Respuesta a la COVID-19: el 96% de los destinos del mundo impone restricciones a los viajes, informa la OMT*. [Comunicado de Prensa]. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/news/respuesta-covid-19-restricciones-viaje>

Organización Mundial de Turismo, (2020). *Declaración sobre el impacto del COVID-19 sobre el turismo internacional*. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/evaluacion-de-la-incidencia-del-brote-del-covid-19-en-el-turismo-internacional>

Organización Mundial de Turismo, (22, mayo 2020). *UNWTO Volunteers Corps: Volunteers in action!*. Disponible en: <https://www.unwto.org/unwto-volunteers-action>

Organización Mundial de Turismo, (2020). *Glosario de términos de turismo. Recursos*. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Paolini, N., y Odriozola, J. (2019) *Diferentes Tipos de Organizaciones ¿Por qué no todas son iguales*. Libros de Cátedra. Universidad de La Plata. Argentina. Editorial de la Universidad de La Plata.

Pereiro Pérez X. (2009). O turismo como intercambio sociocultural. Turismo Cultural. Umavisão antropológica. Pasos Revista de Turismo y Patrimonio cultural, 2. Recuperado desde: <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoeedita/PSEedita2.pdf>

Pingel, C. (2007). *Turismo Solidario en el marco del Turismo Responsable*. Contextos, conceptos y aplicaciones. Tesis de grado, Universidad Nacional de Mar del Plata. Mar del Plata, Argentina.

Quesada Castro, R. (2009). Elementos de turismo. Teoría, clasificación y actividad. Editorial Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica. Recuperado desde: <https://bit.ly/2N8qUGB>

Real Academia Española. (2020). *Diccionario de la lengua española* [Dictionary of the Spanish Language] (22nd ed.). Madrid, Spain: Author.

Robinson, M. y Novelli, M. (2005). *Niche Tourism. Contemporary Issues, trends and cases*. Oxford, UK. Butterworth-Heinemann: Elsevier.

Rochester, C., Paine, A., y Howlett, S. (2010). *Volunteering and Society in the 21st century*. Hampshire, Inglaterra. Palgrave Macmillan.

Rossi, G., y Boccacin, L. (2001). *¿Qué es el voluntariado?*. Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Article · January 2001

Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo, OMT*. Madrid. Recuperado desde: <https://bit.ly/2Eq21mn>

Stebbins, R. A., & Graham, M. (2004) *Volunteering as leisure/leisure as volunteering*. Wallingford, Oxon, UK: CAB International.

Tamames, Ramón. (2007). *Sin alternativa a la globalización*. Revista de Economía Mundial 18, pp.129-139. Madrid, España.

Tomazos, K., y Butler, R. (2009). *Volunteer tourism: the new ecotourism?*. *Anatolia*, 20 (1), pp. 196-212. ISSN 1303-2917

Tomazos, K., y Cooper, W. (2011). *Volunteer tourism : at the crossroads of commercialization and service*. *Current Issues in Tourism*, Vol. iFirst article, 2012, p. 1-20.

Tomazos, Konstantinos. (2009). *Volunteer Tourism, an ambiguous phenomenon: An analysis of the demand and supply for the volunteer tourism market*. (Tesis de Doctorado). Escuela de Negocios. Universidad de Strathclyde. Glasgow, Escocia.

Tomazos, Konstantinos. (2010). *Volunteer Tourism: an ambiguous marketing phenomenon*. *Innovative Marketing*, Volume 6, Issue 4.

Wearing, S. (2001). *Volunteer tourism: experiences that make a difference*. New York: CABI.

Touvinen, Hanna. (2014). *Shadows of voluntourism and the connection to orphanage business in Asia and Cambodia*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Ciencias Aplicadas. Helsinki, Finlandia.

Voluntourism.org. (2018). *History of VolunTourism*. Disponible en <http://www.voluntourism.org/inside-history.html>

Wearing, S. (2001). *Volunteer tourism: experiences that make a difference*. Oxon; Cabi Publishing. Nueva York, Estados Unidos.

Anexos

Anexo 1: Excel de elaboración propia en base a relevamiento de empresas

n°	EMPRESA	TIPO	ORIGEN	AÑO	DESTINO EN ARG	Ciudad destino	QUE OFRECEN	REQUISITOS	DURACIÓN	PAGOS x sem	WEB	BLOG	REDES SOCIALES	CON QUIEN TRABAJAN	VOLUNTARIADO	N° DE PROYECTOS	CARACT
1	A Broader View	non profit	EE.UU	2007	Córdoba	Ciudad de Córdoba	1; 2; 3; 4; 5; 6; 7	2; 3; 7; 8; 10	1 a 8 semanas	\$895	abroaderview.org	si	facebook, instagram, youtube, twitter, pinterest	centros de día, escuelas	3; 5; 7; 8; 9	4	dicen que se gasta el dinero que paga el voluntario
2	Frontier	non profit	Inglaterra	1989	Buenos Aires	Capital Federal	1; 2; 3; 4; 8; 13	2, 3; 5	2 a 12 semanas	\$998	frontiergap.com	no	facebook, instagram, youtube, twitter, pinterest, google+		3; 5; 7; 9	6	
3	Projects abroad	privada	México	1992	Córdoba	Ciudad de Córdoba	1; 6; 13	2	min 1 sem	\$1.135	projects-abroad-la.org	si	facebook; instagram, twitter; youtube,	centro de ayuda, hosp.pediatrico, otros hosp y clinicas	3; 5; 7; 8; 9;	12	campañas de concientización, dicen en que se gasta el dinero, presentan inform anual de impacto
4	Road 2 Argentina	privada	Argentina		Buenos Aires		1; 2; 3; 11	1; 3	4 a 24 sem	\$900	road2argentina.com	si	facebook; instagram, twitter; youtube, google+		5; 7; 8; 9		donación al proyecto
5	Voluntario Global	privada	Argentina	2006	Buenos Aires		1; 2; 4; 9; 13	3	min 2 sem	\$325	voluntarioglobal.org	si	facebook; instagram, twitter; youtube,	centros comunitarios, orfanatos, escuelas de idiomas	2; 3; 5; 7	16	dice donde se realiza el voluntariado y en que gastan el dinero
6	IKO Poran Volunteer Abroad	non profit	Brasil	2002	Buenos Aires		1; 2; 4; 8; 9; 10; 13	1; 3; 6; 7	2 a 24 sem	200 + 149 (aplicación)	ikoporan.org	si	facebook; instagram; twitter; vimeo	ong's	5; 6; 9	5	la cuota se paga al anfitrión 30 días antes
7	América Solidaria	ONG	Chile	2000	Buenos Aires, Salta			*>23<35, 9; 10; 11	min 12 meses	\$0	americasolidaria.org	no	facebook, instagram, twitter, linkedin	Habitat para La Humanidad, Fe y Alegria	5; 7	2	crean proyectos en común con ONG locales, reciben donaciones y ayuda del gobierno
8	Global Crossroad	privada	EE.UU	2003	Córdoba		1; 2; 3; 6; 11; 12	1	1 a 12 sem	\$404	globalcrossroad.com	no	facebook; twitter; youtube; google+		3; 5; 7;	1	
9	AFS Programas Interculturales	non profit	EE.UU	1915	Buenos Aires		1; 6; 7; 8; 13	1; 4	12 a 24 sem	\$745	afs.org	no	facebook, twitter, instagram, youtube	centro comunitario, ONG	3; 7; 9	4	voluntariado en la misma empresa pero en otro país
10	IFRE Volunteers	non profit	EE.UU	2006	Córdoba		1; 2; 3; 6; 11; 12	1	1 a 12 sem	\$404	ifrevolunteers.org	si	facebook		3; 5; 7	1	la cuota va directo al anfitrión
11	Tingua	privada	Argentina	2011	Córdoba		1	1; 3	min 4 sem		tinguaexperience.com	no	facebook, instagram, youtube	escuelas, santuarios	2; 5; 7; 8	10	programas personalizados
12	JDC Entwine	ONG	EE.UU	1920	Buenos Aires		1	>20<30	3 a 8 sem		jdcentwine.org	si	facebook, instagram, twitter, linkedin	fdc's global misión	5; 7	1	programas para judios, comunidad
13	Lattitude Global Volunteer	non profit	Reino Unido	1972	Neuquén, San Luis, Córdoba, Buenos Aires		1; 2; 6; 8;	2; 4; 12	16 sem	\$193	lattitude.org.uk	no	facebook, instagram, twitter, linkedin		5; 7	5	dice donde invierten el dinero que paga el voluntario
14	Coined	privada	Chile	1971	Buenos Aires, Córdoba		1; 2; 4; 8; 13	>20; 3; 6; 13	4 sem min	428 + fee 75	intercoined.com	si	facebook, instagram, twitter, youtube, pinterest, flirk	hogar de niños, centro de día, ONG VIH, jardín de infantes	3; 5; 9	21	escuela idiomas y voluntariado
15	Mente Argentina	privada	Argentina		Buenos Aires		1; 2; 3; 5; 8; 11; 13		4 a 20 sem	\$310	menteargentina.com	no	facebook, instagram, twitter, youtube		3; 5; 7	10	no aclara donde ni requisitos

16	World Endeavors	privada	EE.UU		Buenos Aires		1; 2; 4; 8; 12	1	2 a 12 sem	\$ 1.790	worldendeavors.com	si	facebook, instagram, twitter, linkedin, youtube; pinterest	chacras	2; 3; 5; 7; 8	10	no se consideran agencia de viajes
17	Chi's World Explorers	non profit	EE.UU	1980	Santa Fe	Rosario	1; 5; 6; 7	1	4 a 12 sem	\$ 375	chinet.org	si	facebook, instagram, twitter, linkedin, youtube		7	1	enseñar inglés a la familia que te hospeda
18	AIESEC	non profit	Canadá	1948	Salta; Córdoba; Santa Fe; Mendoza; Buenos Aires		1; 4; 6; 7; 8; 13	1; 3; 9; 11; 13	min 6 semanas	\$ 550	aiesec.org	si	facebook, instagram, twitter, linkedin, youtube	Changuito Dios (salta); Organización Mujeres Trans; Aqualuna (Córdoba); Fundación Anpuy; Centro Comunitario Esperanza; más	1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9	20 aprox	trabaja en 128 países; son proyectos de otras empresas a los cuales aplicar
19	ELI Voluntarios Internacionales	non profit	EE.UU	2001	Buenos Aires, Río Negro	bs as. Bariloche	1; 2; 4; 8; 13	1; 10	2 a 24 sem	516 + postulación 200	voluntariosinternacionales.org	no	facebook, instagram, twitter, pinterest	orfanatos, centros de cuidado infantil, hospitales públicos	3; 5; 7; 8	10	tienen un portal de "testimonios" pero está escrito por la misma empresa
20	AMPED Abroad	privada	EE.UU		Buenos Aires	ciudad de bs as	1; 2; 3; 4; 5; 8; 9; 13	1; 3; 7; 10; 11; 13	4 a 24 sem	\$ 820	ampedabroad.com	no	facebook, instagram, twitter, youtube, Skype		2; 3; 4; 5; 7; 9	5	son programas de capacitación que después de clase trabajan el proyectos
21	Cooperating Volunteers	privada	España	2010	Buenos Aires		1; 2; 4; 6; 8; 11; 13	2; 7	4 sem min	80 + 255 tasa de inscripción	cooperatingvolunteers.com	si	facebook	voluntarios cooperantes	3; 5; 6; 7; 9	7	se paga la coordinación y gestión, 5% de la tasa de cada participante va para esa ONG
22	World Wide Helpers	non profit	Reino Unido	2007	Buenos Aires	pacheco, capital federal			4 sem min		worldwidehelpers.org	si	facebook, instagram, twitter	"mensajeros de la paz", comedores, centros de día	2; 3; 5; 7; 9		aclaran en donde se trabaja en cada proyecto
23	United Planet	non profit	EE.UU	2001	Buenos Aires		1; 2; 3; 4; 5; 6; 8; 9; 12;	1	24 sem min	\$ 424	unitedplanet.org	si	facebook, instagram, twitter, youtube	Subir al Sur	2; 5; 7	3	Trabajan en los proyectos de "subir al sur" una asociación de voluntarios
24	Child Family Health International	non profit	EE.UU	1992	Córdoba		1; 2; 4; 5; 6; 7; 13	5	2 sem	\$ 937	cfhi.org	si	facebook, youtube, linkedin, twitter, instagram	Hospitales	1; 3	2	viajan una vez por mes y no especifican que hospital
25	Connecting Worlds, Voluntarios al Mundo	privada	Argentina	2011	Buenos Aires, Río Negro	barioche, mar del plata, capital	1; 2; 4; 6; 7; 8	3; 12	2 a 8 sem	programa + tasa de registro 289	cwabroad.org	no	facebook, instagram, twitter, skype, youtube		3		organizan sus propios voluntariados y con org locales
26	API Academic Programs International	privada	EE.UU	1997	Buenos Aires, Mendoza		1; 2; 4; 6; 7; 8; 13	1; 3; 13	min 4 sem	\$ 1.038	apiabroad.com	si	facebook, instagram, twitter, youtube, snapchat	techo, conin	5; 7	2	oportunidad para ganar horas en servicio comunitario

27	Connect 123	privada	Sudáfrica	2002	Buenos Aires		1; 2; 4; 8	10; 12	min 4 sem	\$713	connect-123.com	si	facebook, instagram, twitter, youtube		2; 3; 4; 5; 7; 8	9	no aclara donde se hace
28	Subir al Sur	privada	Argentina		Buenos Aires		1; 4; 6; 8; 12; 13	1; 3	min 4 sem	si	subiralsur.org.ar	no	facebook, instagram, twitter, youtube	comedores, centros de día, salitas	3; 5; 7; 9	8	dice en cada lugar donde se realiza
29	WorldPackers	Plataforma Colaborativa	EE.UU	2014	Buenos Aires, Córdoba, Bariloche, Córdoba, Río Negro, Misiones, Neuquén, Mendoza, Formosa	Capital Federal, Ciu Córdoba, Bariloche, Rosario, Puerto Iguazú, Neuquén, Mendoza, La Plata, Merlo, Bahía Blanca, Formosa	1; 6	1; 3	2 a 12 sem	49 anual	worldpackers.com	si	facebook, instagram, twitter	hostal, granjas, escuelas, centros de día y apoyo	2; 5; 6; 7	8	las actividades sociales son escuelas no asociadas a ONG
30	Volunteer World	privada	Alemania	2006	Buenos Aires, Córdoba		1; 2; 3; 4; 5; 8; 11; 13	1; 3; 5; 7; 13	4 a 16 sem	\$390	volunteerworld.com	si	facebook, instagram, twitter	mente argentina, escuelas, guarderías, orfanatos	3; 5; 7; 8; 9	12	comenzaron como blog de viajes
31	Helpx	Plataforma Colaborativa	Inglaterra	2001	Buenos Aires, Jujuy, Córdoba, Río Negro, Mendoza	Necochea, SS Jujuy, Trevelin, Chalten, Córdoba, San Rafael, La Cumbre, Villa María, Bariloche, Mercedes, San Telmo	1; 6	1	min 2 sem	11 anual	helpx.net	si	youtube	organizaciones personales y privadas	6; 7; 8	137	trabajos manuales
32	International Volunteer HQ	privada	Nueva Zelanda	2007	Buenos Aires, Córdoba		1; 2; 4; 5; 6; 7	1; 3; 6; 7; 9	2 a 12 sem	\$325	volunteerhq.org	si	facebook, instagram, twitter, youtube, snapchat		3; 5; 6; 7; 9	5	no aclaran con que organizaciones
33	Love Volunteers	non profit	Nueva Zelanda	2009	Buenos Aires		1; 2; 6; 13	1	1 a 12 sem	\$619	lovevolunteers.org	no	facebook, instagram, twitter, youtube, pinterest	Proyectos: cenas para niños, crecer, sala de juegos saludable, comparte	3; 5; 7; 8	4	90% de sus ganancias van a la caridad

Donde:

privada

non profit

plataforma colaborativa

ONG

Anexo 2: Referencias de cuadro

Tabla A: Que ofrece cada empresa

QUE OFRECEN?				
1	Alojamiento			
2	Pick Up			
3	Drop Off			
4	Orientación/entrenamiento			
5	Clases de Español			
6	Comidas			
7	Finde libre			
8	Soporte 24/7			
9	Donación a la causa o familia anfitriona			
10	Supervisión			
11	Actividades extra			
12	Seguro			
13	Otros: dinero, remera, celular, sube, traslado a proyecto			

Tabla B: Requisitos de cada empresa

Requisitos		
1	>18 años	
2	>16 años	
3	español básico	
4	español avanzado	
5	Inglés básico	
6	seguro	
7	antecedentes	
8	vacunas	
9	experiencia	
10	cv	
11	título profesional	
12	referencias	
13	secundario	

Tabla C: Tipo de Voluntariado

VOLUNTARIADO				
1	Búsqueda científica			
2	Conservación			
3	Asistencia médica			
4	desarrollo económico			
5	desarrollo social			
6	restauración/construcción			
7	Educación/ idiomas			
8	Animal			
9	otros: periodismo, deporte, pasantías, recreación			

Anexo 3: Modelo de Entrevista en Profundidad

Entrevista en profundidad

- Nombre
 - Edad
 - Nacionalidad
 - Empresa/ organización con la que viajó
1. A que te dedicas? Trabajas? en qué rubro y/o profesión? Estudias? qué carrera o formación?
 2. Qué haces en tu tiempo libre? Tenés algún hobby o pasatiempo?
 3. Qué es viajar para vos? Qué consideras tiempo de vacaciones? Qué haces en ese tiempo? Qué actividades? Podes contarme acerca de tu última experiencia de vacaciones?
 4. Qué significa para vos la palabra "solidario"? Cómo es una persona solidaria? Te consideras una persona solidaria?
 5. Qué consideras como ayuda social? Qué actividades? Realizaste alguna vez ese tipo de actividades? Si la respuesta es sí, de forma constante o esporádica? por motivación propia? motivos religiosos? laborales/académicos?
 6. Qué consideras que es un voluntariado?Cuál es tu opinión personal sobre la actividad? Consideras que es lo mismo hacerlo en tu comunidad que en el extranjero? Cuáles son las diferencias?
 7. Cómo consideras un "buen voluntariado"? y un "buen voluntario"? Decime tu opinión personal, puedes dar ejemplos. Te consideras un voluntario?
 8. Consideras necesario viajar para realizar un voluntariado?Cuál es la motivación de elegir un proyecto en el exterior? Qué lo hace diferente de un viaje normal de vacaciones?
 - 9.Cuál fue tu primer experiencia de voluntariado? Dónde? Cuánto tiempo? En qué proyecto? Tenés más experiencias con esta actividad? de forma local o en el extranjero?
 10. Pensaste alguna vez en realizar un voluntariado en Argentina? Por qué un voluntariado? Por qué no unas vacaciones normales?
 11. Qué buscas en un proyecto de voluntariado? Qué clase de experiencias?
 12. Consideras importante poseer cualidades intelectuales o físicas para realizarlo? Una profesión?
 13. A la hora de realizar un voluntariado, que se decide primero? El tipo de proyecto? a quienes involucra? la empresa con la que viajaremos? el destino? la duración? si necesito o no experiencia?
 14. Qué consideras lo más importante para elegir el voluntariado? Podrías cambiar un proyecto solo porque el destino no te gusta?
 15. Tu experiencia, fue con una empresa u ONG?Cuál? Cómo la descubriste? Influye en tu elección el tipo de empresa?
 16. Cómo se elige con quién participar? Con qué criterios? Precios? Recomendaciones? Comentarios?
 17. Si tuvieras la oportunidad de elegir entre una empresa privada y una asociación local, si tuvieras ambos contactos al momento de elegir, cuál elegirías? Por qué?

18. Cómo fue la comunicación previa con la empresa? y después?
19. Interfiere la empresa en la elección del tipo de proyecto? Tal vez pidiendo ciertos requisitos? como experiencia y recomendaciones? una edad mínima? un nivel específico de idioma?
 Si la respuesta es sí, cumplías esos requisitos? *Si la respuesta es no, eso limitó el número de proyectos de los cuales elegir?
20. Cuando hiciste el voluntariado, tuviste algún entrenamiento que te diera la empresa? Experiencia previa, ya no brindada por la empresa pero personal?
21. Pagaste por tu viaje? Sin necesidad de comentar el monto, consideras que ese monto fue alto o bajo en relación a otros viajes? Qué incluyó este precio? estadía? formación? Qué no incluyó?
22. Cómo elegís el proyecto en el que participar?
23. Ordenar de mayor a menor (más prioritario y menos prioritario) lo que considera más importante a la hora de elegir un proyecto:
 - a) Destino
 - b) tipo de proyecto (social, ambiental, de recuperación de espacios, etc.)
 - c) experiencias previas (de acuerdo a tu profesión, u otros voluntariados)
 - d) profesión (sea para practicar, aumentar capacidades, experiencia)
 - e) Duración
 - f) Costos (del voluntariado, del viaje a destino, del tipo de moneda allí)
24. Cuánto duró tu voluntariado? Qué determina la duración de la estadía? el costo? el tiempo disponible? el proyecto?
25. Consideras el tiempo una característica influyente en el voluntariado? Algo que varía según el mismo? o que varía según cuánto se involucra el voluntario?
26. Qué actividades realizaste en destino? Fueron las que esperabas? cubrieron tus expectativas? Coincidieron con lo que decía en la propuesta de la empresa?
27. Crees que aportaste a la causa? al proyecto? Cómo crees que se mide el beneficio local? Sentiste que te beneficiaste vos de alguna manera? de forma personal, sentimental, profesional? Cómo?
28. Este voluntariado tuvo algún un impacto en tu vida diaria? en el trabajo o lugar de estudio? causó cambios en tu vida? Cuáles?
29. Realizaste actividades turísticas? Cuáles? Cuánto tiempo les dedicaste? Consideras mayor el tiempo en turismo que el tiempo de voluntariado? o al revés?
30. Cuáles son las actividades más importantes en el destino, ordenar de mayor a menor importancia:
 - a) prepararme para mis actividades de voluntariado
 - b) recorrer los sitios turísticos
 - c) conocer la cultura local
 - d) hacer amigos
 - e) conocer más sobre la ONG o el proyecto en el que estoy
 - f) buscar información sobre las posibilidades en destino
31. Te voy a leer unos datos *** El reporte sobre el estado del voluntariado en el mundo presentado en 2018 por las Naciones Unidas, dice que en ese año la fuerza de trabajo voluntario fue el equivalente a 109 millones de personas trabajando a tiempo completo. Si

consideramos que ningún trabajo voluntario es llevado a cabo a tiempo completo porque las personas deben trabajar de forma remunerada para sobrevivir, podríamos decir que el número de voluntarios es el doble (UNV,2018). Por qué crees que hay cada vez más y más voluntarios en el mundo? Cuándo y Por qué consideras que creció esta tendencia?

32. Sabes con qué asociación o qué proyecto trabajaste en tu voluntariado? Lo supiste antes de viajar o recién al llegar al destino? Si la respuesta fue en el destino, consideras esto una información relevante? hubieras querido saberla con anticipación? El no poseer esta información afectaría tu decisión al momento de elegir un proyecto?
33. Lo harías de nuevo? Qué cambiarías? Destino? Empresa? Proyecto? Qué dejarías igual?
34. Recomendarías a alguien pensando en viajar este tipo de viaje? Recomendarías a alguien pensando en hacer voluntariado este tipo de viaje?
35. Sabes lo qué es el Turismo Voluntario? Si la respuesta es positiva, Cómo sabes de esta modalidad turística? realizaste este viaje considerándote un turista voluntario? Consideras tu viaje parte de esta tendencia?
** Sabiendo esto realizaría este tipo de actividades? Cuál es su opinión personal sobre las mismas? Consideras tu viaje parte de esta tendencia?
36. Viajarías con una empresa que ofrece ese tipo de turismo?
37. Cuál fue tu primera motivación, el trabajo voluntario o el destino? el trabajo voluntario o las vacaciones? Ayudar a otros? Altruismo?

Anexo 4: Listado de Páginas Web

A broader View. (2020). Disponible en:

<https://www.abroaderview.org/>

AFS. (2020). Disponible en: <https://afs.org/>

AIESEC. (2020). Disponible en: <https://aiesec.org/>

América Solidaria. (2020). Disponible en:

<http://www.usamericasolidaria.org/>

Amped Abroad. (2020). Disponible en:

<https://www.ampedabroad.com/>

API. (2020). Disponible en: <https://apiabroad.com/>

Child Family Health International. (2020). Disponible en:

<https://www.cfhi.org/>

CHI'S World Explorers. (2020). Disponible en: <https://chinet.org/>

COINED. (2020). Disponible en: <https://intercoined.com/>

Connect 123. (2020). Disponible en: <https://www.connect-123.com/>

Cooperating Volunteers. (2020). Disponible en:

<https://www.cooperatingvolunteers.com/>

CW Abroad. (2020). Disponible en: <https://www.cwabroad.org/>

ELI Voluntarios Internacionales. (2020). Disponible en: <https://www.voluntariosinternacionales.org/>

Frontier. (2020). Disponible en: <https://www.frontiergap.com/>

Global Crossroad. (2020). Disponible en: <https://www.globalcrossroad.com/>

Helpx. (2020). Disponible en: <https://www.helpx.net/>

IFRE Volunteers. (2020). Disponible en: <https://www.ifrevolunteers.org/>

Iko Poram Volunteer Abroad. (2020). Disponible en: <https://www.ikoporam.org/>

International Volunteer HQ. (2020). Disponible en: <https://www.volunteerhq.org/>

JDC Entwine. (2020). Disponible en: <https://www.jdcentwine.org/>

Lattitude Global Volunteering. (2020). Disponible en: <https://www.lattitude.org.uk/>

Love Volunteers. (2020). Disponible en: <https://www.lovevolunteers.org/>

Mente Argentina. (2020). Disponible en: <https://www.menteargentina.com/>

Projects Abroad. (2020). Disponible en: <https://www.projects-abroad-la.org/>

Road 2 Argentina. (2020). Disponible en: <https://www.road2argentina.com/>

Subir al Sur. (2020). Disponible en: <https://subiralsur.org.ar/>

Tingua. (2020). Disponible en: <https://www.tinguaexperience.com/>

United Planet. (2020). Disponible en: <https://www.unitedplanet.org/>

Volunteer Abroad. (2020). Disponible en: <https://www.voluntarioglobal.org/>

Volunteer World. (2020). Disponible en: <https://www.volunteerworld.com/>

World Endeavors. (2020). Disponible en: <https://www.worldendeavors.com/>

World Packers. (2020). Disponible en: <https://www.worldpackers.com/>

World Wide Helpers. (2020). Disponible en: <https://www.worldwidehelpers.org/>