



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA Y TURISMO
TESINA DE LICENCIATURA EN TURISMO

*Turismo educativo internacional en la ciudad de
Bahía Blanca, caso de estudio: Universidad
Nacional del Sur*



Autora: Alvarez Solange

Directora: Mg. Julia Arocena

BAHIA BLANCA

2015

Agradecimientos

A mi familia, por acompañarme siempre y por alentarme para que termine de estudiar.

A mis amigas/os de la vida por apoyarme en todo momento y por compartir momentos de alegría.

A todas las personas hermosas que conocí en la vida y me enseñaron a crecer y creer que todo es posible.

A Julia Arocena por aceptar ser mi Directora de Tesina a la distancia y guiarme en esta última etapa.

A todas las personas que colaboraron con información, entrevistas, charlas y con su tiempo para el trabajo de la tesina.

A la Universidad Nacional del Sur por darme la oportunidad de estudiar esta maravillosa carrera que me da tantas satisfacciones.

A Dios por acompañarme en la carrera de la Vida.

ÍNDICE

Páginas

Introducción	7
CAPITULO I:	
Objetivo General.....	11
Objetivos Específicos.....	11
Hipótesis del trabajo.....	11
Metodología.....	11
CAPITULO II:	
1. Marco teórico.....	15
1.1 Turismo y Movilidad estudiantil.....	15
1.1.2 Turismo juvenil.....	19
1.1.3 Turismo educativo.....	21
1.1.4 Turismo idiomático.....	23
1.1.5 Movilidad universitaria como turismo cultural.....	24
1.1.6 Turismo educativo internacional.....	26
1.1.6.1 Antecedentes de la movilidad estudiantil.....	27
1.1.6.2 Análisis a nivel mundial.....	31
1.1.6.3 Cooperación Internacional.....	34
1.1.7 Análisis a nivel nacional.....	35
CAPITULO III:	
2.Caracterización del área de estudio.....	40
2.1 Diagnóstico del turismo internacional en Bahía Blanca.....	40
2.2 Oferta turística-recreativa de la ciudad.....	42
2.3 Oferta turística complementaria.....	43

CAPITULO IV:

3. Análisis de la oferta educativa internacional en Bahía Blanca.....	54
3.1 Universidad Nacional del Sur.....	54
3.1.1 Breve reseña histórica.....	59
3.1.2 Oferta Académica.....	66
3.1.2.1 Subsecretaría de Relaciones Internacionales.....	61
3.1.2.1.1 Comisión Anfitriona de Alumnos Internacionales.....	63
3.1.2.1.2 Programas de movilidad.....	64
3.1.3 Definición de demanda.....	65
3.1.3.1 Perfil de la demanda.....	66
3.1.3.2 Entrevistas a informantes claves.....	71
3.2 Normativa.....	72
3.3 Actores públicos y privados.....	74

CAPITULO V:

4. Diagnóstico.....	79
4.1 Oferta.....	79
4.2 Demanda.....	80
4.3 De la normativa.....	80
4.4 Actores sociales.....	80
4.5 Matriz F.O.D.A.....	81

CAPITULO VI:

5. Propuestas.....	85
6. Conclusiones finales.....	91
7. Bibliografía.....	93
8. Anexos.....	100

INDICE DE GRAFICOS

Figura 1: Relación entre algunas de las tipologías de turismo vinculadas a la movilidad estudiantil.....	19
Figura 2: Llegadas de turistas jóvenes en el mundo.....	21
Figura 3: Relación entre el turismo educativo internacional y algunas de las tipologías de turismo.....	27
Figura 4: Distribución de las instituciones universitarias en Argentina.....	37
Figura 5: Mapa de la República Argentina y Buenos Aires.....	40
Figura 6: Mapa de accesos a la ciudad de Bahía Blanca.....	41
Figura 7: Movilidad total de estudiantes en la Universidad Nacional del Sur.....	43
Figura 8: Movilidad de alumnos internacionales en la UTN en el período..... 2007-2013	56
Figura 9: Edad de los alumnos internacionales.....	66
Figura 10: País de origen.....	67
Figura 11: Estadía de los alumnos internacionales.....	67
Figura 12: Imagen de Bahía Blanca.....	68
Figura 13: Lugares visitados en Bahía Blanca.....	68
Figura 14: Calificación sobre la atención brindada por la comunidad bahiense a los Alumnos internacionales.....	69

INDICE DE FOTOS

Foto 1: Plaza Rivadavia.....	45
Foto 2: Ingreso al Parque de Mayo.....	46
Foto 3: Sierra de la Ventana.....	48
Foto 4: Playa de Pehuen-Có.....	50
Foto 5: Fortín Mercedes.....	52
Foto 6: Entrevista a una alumna internacional.....	86
Foto 7: Zona “nube de información” en la Plaza Rivadavia.....	87
Foto 8: Congreso nacional en Bahía Blanca.....	89
Foto 9: Oficina de turismo móvil.....	90
Foto 10: Talleres informativos para la comunidad.....	90

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Opinión de los alumnos internacionales sobre la ciudad de Bahía Blanca	70
---	----

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN:

La movilidad estudiantil es un fenómeno mundial de larga trayectoria, cuyo origen se remonta al siglo XII, con la aparición del “Grand Tour”. Se ha utilizado como estrategia para complementar y fortalecer el aprendizaje de los estudiantes; en Roma los mejores estudiantes viajaban a Atenas o a Alejandría para completar la instrucción; en el Renacimiento, la exploración del Nuevo Mundo fue una inagotable veta de conocimientos; en la Ilustración, algunos viajes de estudio duraban años y resultaban fuentes de inspiración para toda la vida.

En la actualidad los jóvenes realizan cerca de 190 millones de viajes turísticos internacionales al año y este segmento ha crecido a un ritmo más rápido que el conjunto del turismo global. Hacia el año 2020 habrá cerca de 300 millones de viajes internacionales realizados por menores de 30 años, según las previsiones de la (OMT, 2014:57).

Uno de los rasgos salientes de la Educación Superior en el comienzo de siglo XXI es el de su creciente internacionalización, que entre otros aspectos se manifiesta por una mayor presencia de estudiantes internacionales en las universidades, estos son los que vienen a nuestro país específicamente a estudiar y su estadía es consecuencia de haber elegido una carrera u otra actividad académica; permitiéndoles viajar y convivir durante un tiempo en un país anfitrión. Los jóvenes pueden apreciar, aprender, valorar y comparar formas diferentes de convivencia social, comunitaria y estudiantil.

En nuestro país existe un fuerte compromiso por parte del estado para fomentar el turismo internacional y a través de las instituciones educativas generar lazos de cooperación con otros países para promover la movilidad de estudiantes internacionales; generando en el país receptor beneficios económicos, incrementando la calidad de la formación académica del estudiante, facilitando la integración regional, mejorando los sistemas de trabajo, favoreciendo el crecimiento personal, entre otros efectos multiplicadores.

La ciudad de Bahía Blanca se encuentra ubicada al sudoeste de la provincia de Buenos Aires a 658 km de la capital del país, sobre la costa del Océano Atlántico. Según el Censo

Nacional de Población, Hogares y Vivienda realizado en octubre de 2010, Bahía Blanca tiene un total de población de 301.531 habitantes.

Se ha consolidado como metrópoli regional, además de ser el nexo entre la Patagonia y la Pampa Bonaerense.

La importancia de su crecimiento se debe a, la presencia del puerto; constituye la salida de la producción agrícola de la región pampeana, la infraestructura terrestre y aeroportuaria y su intensa actividad comercial, financiera y de servicios. En el área educativa cuenta con centros académicos de prestigio nacional e internacional que garantizan la formación profesional de recursos humanos, se destacan la Universidad Nacional del Sur y la Universidad Tecnológica Nacional, además de institutos terciarios. Este desarrollo le permite ser referente de turismo urbano en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires, destacándose las modalidades de turismo de reuniones y turismo cultural.

Bahía Blanca resulta atractiva para muchos alumnos internacionales que llegan todos los años para complementar sus estudios. La definición de la OMT designa a los visitantes internacionales como:

“... toda persona que viaja, por un período no superior a 12 meses, a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado”. (OMT, 1998:49).

De acuerdo con el informe *Mirada de la educación* de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2011), para el 2009 existían cerca de 3.7 millones de estudiantes inscriptos en instituciones de educación superior externas a su país de origen, cifra que aumentó a 4.1 millones para el 2010 (OCDE, 2012), y que representa el fenómeno de la movilidad estudiantil internacional.

En esta investigación se analizará brevemente las características de la movilidad estudiantil, además se describen los tipos de turismo relacionados con el tema para ampliar y desarrollar el marco teórico: turismo juvenil, educativo, idiomático, para concluir en la definición de Turismo Educativo Internacional.

Luego se realiza un análisis de la oferta turística de Bahía Blanca, los atractivos de la zona de influencia y la oferta educativa, teniendo como caso de estudio la Universidad Nacional del Sur por sus acciones para promover la movilidad internacional en la ciudad de Bahía Blanca.

Posteriormente se define el perfil de la demanda con la información suministrada por la Subsecretaría de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional del Sur, las entrevistas y encuestas efectuadas a los alumnos internacionales.

Por último se elaboran una serie de propuestas donde se articula el municipio, la universidad y otros actores intervinientes para generar un equipo multidisciplinario y poder desarrollar el turismo educativo internacional en la ciudad de Bahía Blanca.

CAPITULO I:
Marco
Metodológico

OBJETIVO GENERAL:

El objetivo general de esta investigación es “*Analizar las características de la movilidad estudiantil a la Universidad Nacional del Sur y su potencialidad para el desarrollo del Turismo Educativo Internacional en la ciudad de Bahía Blanca*”.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Los objetivos específicos que complementaran el objetivo general son los siguientes:

- *Establecer las relaciones entre movilidad estudiantil y Turismo educativo internacional en la ciudad de Bahía Blanca.*
- *Conocer el perfil de los estudiantes internacionales que llegan a la ciudad de Bahía Blanca.*
- *Analizar la oferta turística y educativa de la ciudad de Bahía Blanca para los estudiantes internacionales.*
- *Identificar las fortalezas y debilidades de Bahía Blanca para el desarrollo del turismo educativo internacional.*
- *Formular propuestas para incentivar el turismo educativo internacional en Bahía Blanca.*

HIPÓTESIS:

La ciudad de Bahía Blanca cuenta con los atributos necesarios para constituir un destino de turismo educativo internacional.

METODOLOGÍA:

La metodología utilizada para el desarrollo de la tesina fue la siguiente:

- El alcance del estudio de esta investigación es exploratorio, descriptivo y explicativo, como lo describe HERNANDEZ SAMPIERI:

*“...los **estudios exploratorios** se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes... o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas...”* (2006:115)

*“...los **estudios descriptivos** buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información de cada una de ellas, para así describir lo que se investiga...”* (2006:17)

*“...el **carácter explicativo**, va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos, y del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos, sucesos y fenómenos físicos o sociales (...).* (2006:126)

Pasos metodológicos:

- Recopilación y análisis de información primaria y secundaria, donde se analizaron textos, libros, tesinas, tesis, leyes, documentos de tipo cualitativos para realizar la elaboración del marco teórico y el desarrollo de la investigación.
- Relevamiento de la planta turística de Bahía Blanca para conocer la oferta turística de la ciudad.
- Análisis de la oferta académica para estudiantes internacionales.
- Participación en la Jornada de estudio Dimensión económica del español realizado en el año 2013 en la Universidad Nacional del Sur para incorporar conocimientos sobre los estudiantes que llegan a la ciudad y cuáles son las experiencias de otras Universidades.

- Entrevistas a informantes clave, profesores y directivos de las universidades de la ciudad de Bahía Blanca y encuestas a los alumnos internacionales.

- Procesamiento de datos para elaborar conclusiones sobre el tema.

- Formulación de propuestas para el desarrollo del turismo educativo internacional.

CAPITULO II:

Marco Teórico

1 MARCO TEÓRICO

1.1 Turismo y Movilidad estudiantil

En primer lugar se define el concepto de “estudiantes internacionales”, sobre el cual se centra la investigación.

También se explica el término de “movilidad estudiantil” para acercarnos al tema de estudio y además se analizará si este tipo de movilidad puede ser clasificada como una actividad turística.

Por otra parte, se definirán los términos de “**turismo idiomático**”, “**turismo educacional**”, o el más amplio: “**turismo juvenil**”. También se incluye a los visitantes cuyo objetivo principal es realizar estudios en el ámbito del concepto de “**turismo cultural**”, ya que los objetivos de la movilidad estudiantil no se ajustan estrictamente a la formación relacionada con sus respectivas carreras, sino que incluyen un conjunto de experiencias más amplias como: la oportunidad de aprender nuevos idiomas, conocer otras culturas y costumbres y la posibilidad de integrarse en una sociedad diferente.

Para limitar a los estudiantes que serán objeto de estudio se utilizó la definición de la Secretaría de Políticas Universitarias Argentina (SPU, 2011). Uno de los términos es el de estudiantes extranjeros:

“Son los estudiantes cuya nacionalidad no es argentina. Dichos estudiantes son detectados a través del tipo de documento diferente al DNI o con DNI mayor a 90 millones. Estos estudiantes extranjeros pueden estar residiendo en el país desde hace tiempo y por lo mismo, comienzan o continúan sus estudios en Argentina”. (ANUARIO DE ESTADISTICAS UNIVERSITARIAS, 2011:375).

En la tesina se utiliza el término estudiantes internacionales (son los estudiantes que viajan para realizar algún tipo de estudio), que son una subpoblación de los estudiantes extranjeros:

“...aquellos que vienen específicamente a estudiar a nuestro país. Apunta a la “movilidad estudiantil”, es decir, a aquellos cuya estadía en el país es consecuencia directa de haber elegido una carrera (oferta) u otra actividad académica en Argentina”. (ANUARIO DE ESTADISTICAS UNIVERSITARIAS, 2011:375).

Luchilo (2006: 107) explica que en la década del '60, las universidades estadounidenses y europeas, contaban con importantes contingentes de estudiantes universitarios extranjeros. Esta tendencia se intensificó en las últimas dos décadas. En la actualidad se estima que alrededor de dos millones de estudiantes se encuentran matriculados en universidades extranjeras. La expansión de los flujos internacionales de estudiantes universitarios ha sido acompañada por una mayor diversificación de los destinos, los tipos y la dinámica de la movilidad.

A través de distintos mecanismos y con diferentes propósitos, universidades y gobiernos convergieron en el objetivo de reclutar estudiantes extranjeros. Sin embargo, la movilidad estudiantil no puede ser completamente explicada a partir de las políticas y estrategias de los principales actores institucionales.

Desde una perspectiva más general, la movilidad internacional de estudiantes universitarios se inscribe en tendencias culturales de mayor alcance. La difusión de una “cultura juvenil de la movilidad, motivada menos por los tradicionales factores económicos de la migración (ingresos, empleo, etc) y más por factores de educación, tiempo libre y adquisición de experiencias, constituye un fenómeno de creciente importancia, cuyo impacto no se circunscribe a los jóvenes de países desarrollados sino que comprende a segmentos de las clases medias de los países en desarrollo.

En la última década toma mayor auge la participación de nuestro país coordinando acciones relacionadas con la internacionalización de la educación superior (ES) y la cooperación internacional universitaria.

De acuerdo a la Profesora Fittipaldi (2012) el estado argentino busca favorecer la creación de redes intelectuales con las distintas universidades participantes, para originar contactos e interacción entre las mismas. Además explica que:

“Las acciones de movilidad ayudan a la necesaria formación de recursos humanos con conciencia global - regional, donde el propósito principal es promover la investigación científica conjunta, y la actualización y entrenamiento de estudiantes e investigadores altamente calificados en todas las disciplinas.

Así, la universidad es el campo intelectual donde se materializa una asociación de docentes y alumnos que se interiorizan de las diferentes realidades nacionales y de cada problemática universitaria, conformando redes de comunicación y una cadena de contactos e interacción entre las mismas”. (FITTIPALDI, 2012:116).

Fittipaldi comenta que los Programas y Convenios (se explicarán en el Cap IV) destinados a estudiantes como investigadores/docentes, son evidencias de un cambio. Durante muchos años la experiencia de realizar estudios en el exterior tenía un carácter excepcional y estaba limitada a los grupos de clase alta. A partir de la segunda posguerra y con mayor intensidad en los últimos 20 años, esta experiencia fue adquiriendo un carácter cada vez más amplio. Si bien los estudiantes “móviles” representan un pequeño porcentaje del total, la posibilidad de estudiar en el exterior se ha convertido en una alternativa accesible y natural para una parte importante de los universitarios a nivel mundial.

Luego de definir la movilidad estudiantil, se puede considerar a la misma como una tipología de movilidad turística puesto que responde a los parámetros conceptuales por las organizaciones internacionales en el ámbito turístico. Efectivamente, las actividades realizadas por las personas que se desplazan fuera de su entorno habitual, por un período de tiempo inferior a un año, con el objetivo de realizar estudios, pueden ser consideradas como turísticas.

En este sentido la Organización Mundial del Turismo (OMT) considera como turistas a los estudiantes que se desplaza fuera de su lugar de residencia habitual para cursar estudios, ya que según la definición que ofrece este organismo, el turismo comprende: *“las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con motivos de ocio, por negocios y otros”*. (OMT, 1998:11).

Boullon explica al turismo como actividad y como sector económico señalando que *“es la consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre. Su naturaleza la concibe ligada “a los viajes que se realizan como una de las formas de aprovechar el tiempo libre”* (BOULLON, 1985:31). Esta definición se puede asociar con los estudiantes de intercambio ya que son éstos quienes poseen una mayor cantidad de tiempo libre debido a que la mayoría no se ha insertado en el mercado laboral.

Tomando siempre como elemento básico del turismo al viaje, McIntosh y Gupta lo conceptualizan como *“la ciencia, el arte y las actividades de atraer y transportar visitantes, alojarlos y satisfacer sus necesidades y deseos”* (MC INTOSH Y GUPTA,

1983:5), mientras que para Valls es:

“...toda actividad económica que posibilita un conjunto de experiencias personales o grupales que se desarrollan fuera del lugar habitual de residencia o de trabajo - tanto durante la fase del desplazamiento como en el uso del tiempo libre de ocio o de negocio en un destino -” (VALLS,JOSEP 1996:24)

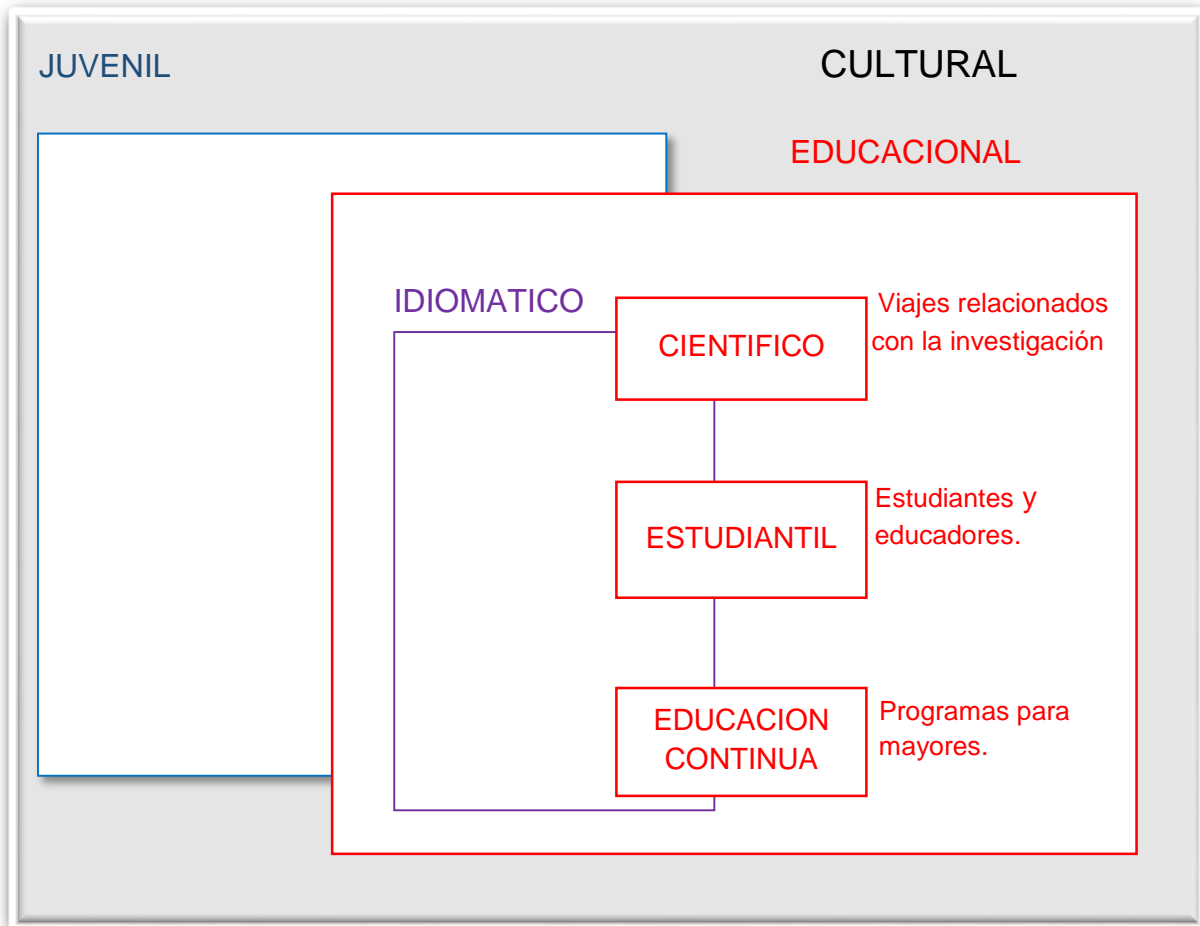
Esta última definición explica que las “experiencias” personales o grupales de los viajes comienzan desde el momento del desplazamiento y durante el tiempo de permanencia en el lugar de destino.

En este trabajo se analizará a los estudiantes que llegan a Bahía Blanca para realizar estudios universitarios. De este modo son objeto de la presente investigación los estudiantes que realizan intercambios en la Universidad Nacional del Sur en el marco de los convenios bilaterales para hacer cursos de idioma, de cultura, proyectos de investigación o completar sus estudios de grado y postgrado, siempre que su duración sea inferior a un año. Todos estos desplazamientos, se incluirían dentro del **“turismo educativo internacional”**, concepto que se desarrollará en este capítulo.

Partiendo de las definiciones recogidas en la literatura científica, se representan de forma gráfica en la Figura 1, las relaciones entre las diferentes tipologías de turismo en el ámbito de estudio de la investigación. A continuación se presentan los conceptos relacionados con estas tipologías de turismo, donde el concepto de turismo cultural es el que engloba al turismo juvenil, educativo e idiomático, a su vez el turismo educacional se subdivide en: turismo científico, estudiantil y de educación continua.

Figura 1

Relación entre algunas de las tipologías de turismo vinculadas a la movilidad estudiantil.



Fuente: Alvarez, Solange 2015, en base a Pawlowska Ewa, 2011.

1.1.2 Turismo juvenil:

La Confederación Mundial de Viajes Educativos para Jóvenes y Estudiantes propone la siguiente definición:

“El turismo joven incluye los viajes independientes (sin estar acompañados por un padre o tutor personal) durante períodos de menos de un año realizados por personas de entre 16 y 29 años de edad que están motivadas, en parte o totalmente, por el deseo de experimentar otras culturas, construir una experiencia vital y/o beneficiarse de oportunidades de aprendizaje formales o informales en un entorno que no es habitual”. (WYSE)

El turismo joven a su vez incluye varios subsectores:

- ❖ Viajeros independientes que salen de vacaciones.
- ❖ Estudiantes universitarios que realizan estancias en el extranjero.
- ❖ turismo idiomático.
- ❖ Working holiday o vacaciones de trabajo (jóvenes que viajan de tres meses a un año a un país, con el objetivo de combinar un trabajo temporal y vacaciones).
- ❖ Voluntariados (un tipo de viaje en crecimiento enfocado a tareas humanitarias y comunitarias).

Alzua (2000), define el sector de turistas jóvenes como un sector con poder adquisitivo limitado que recurre a ofertas y actividades factibles de realizar. Además la autora resalta una mayor disponibilidad de tiempo vacacional de larga duración por parte de este grupo. Por último se hace referencia a la combinación de ocio y aprendizaje que caracteriza los viajes de los jóvenes, siendo el aprendizaje un elemento esencial del turismo juvenil. En este trabajo se argumenta que:

“Si la juventud es un período de socialización y aprendizaje, el turismo debe de enmarcarse en este objetivo. El turismo debe ser un apoyo para aprender a conocer otras culturas, a relacionarse con otras personas, a adquirir las habilidades para desenvolverse en situaciones distintas de la vida cotidiana, a aprender en la práctica lo que es la convivencia, la tolerancia y a rechazar sus efectos contrarios...El turismo entendido en este sentido amplio, es clave para promover y facilitar la movilidad de los/las jóvenes”. (ALZUA SORZABLA, 2000:55).

El turismo de jóvenes es uno de los mercados del sector turístico mundial que crece con más rapidez y que muestra mayor dinamismo. Según las estimaciones de la OMT (2012), el 20% de los 940 millones de turistas internacionales que viajaron por todo el mundo en 2010 eran jóvenes. En los últimos decenios se puede observar esta expansión, Figura 2, ya que el nivel de vida ha aumentado y las poblaciones de los países en desarrollo comienzan a viajar por primera vez.

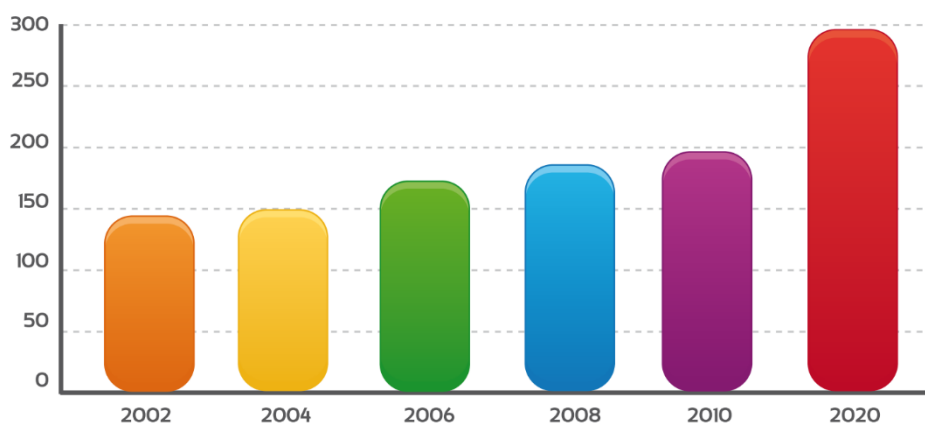
Entre los años 2000 y 2010, el turismo joven creció desde los 136 millones de viajes internacionales, hasta los 187 millones, representando el 20% del turismo global. Aunque

en el año 2009 se vio afectado por la recesión económica, “mostró una mayor resistencia” respecto a otros públicos, remarca la OMT.

Los jóvenes están realizando cerca de 190 millones de viajes turísticos internacionales al año. Hacia el año 2020 habrá cerca de 300 millones de viajes internacionales realizados por menores de 30 años, según las previsiones de la OMT. “El mercado joven representa una gran oportunidad para el futuro crecimiento del sector turístico”, remarca la agencia turística de Naciones Unidas.

Figura 2

Llegadas de turistas jóvenes en el mundo. (Millones)



Fuente: OMT, 2014

1.1.3 Turismo educativo:

El turismo educativo es un tipo de turismo especializado donde el viaje tiene un alto contenido educativo, ya que no todo se aprende en las aulas sino en el mundo exterior, es una oportunidad que sirve para explorar –de primera mano- los sitios previamente elegidos con el objetivo de experimentar un ambiente desconocido a través de la interacción con un instructor (o tutor), pero sin la típica presión de las tareas y exámenes de la educación convencional.

Para los estudiantes, el turismo educativo, representa una forma de aprendizaje con métodos más liberales, ya que valoran más la educación experimental, sobre todo las

experiencias de “aprender haciendo”. A través de este tipo de aprendizaje se puede estimular el interés por la música, el arte, la arquitectura, el folklore, la ecología, la cultura de una región, el cuidado de los espacios naturales y muchos más.

Según Olga Femenia Millet el turismo educativo es:

...“aquel turismo donde la motivación principal del turista es la de aprender, siendo una de las corrientes más novedosas en Europa, aunque los viajes de estudios son también un clásico de la historia del turismo. Una variante de este tipo de turismo sería el turismo lingüístico cuya motivación principal es el conocimiento de la lengua y cultura del país visitado”. (MILLET OLGA FEMENIA, 2011:93).

De acuerdo con Baralo, este tipo de turismo aporta los siguientes beneficios: ayuda a la transmisión de la cultura local, aumenta la generación de ingresos y atrae nuevos visitantes (familiares y amigos). Además, existe una alta fidelidad del visitante porque es posible la repetición del consumo y se observa además, que este turista es muy sensible a la alta calidad del producto (BARALO, 2007:39).

García, Cabada y Bonilla (2005:9) proponen una subsegmentación del turismo educacional:

- **Turismo científico:** englobaría los viajes relacionados con la investigación. Dentro de los mismos se incluirían, entre otros, los efectuados con el objetivo de la realización tesis doctorales.
- **Turismo estudiantil:** comprende los viajes realizados tanto por los estudiantes como por los educadores dentro del marco de varios programas y en tres niveles académicos: educación primaria, secundaria y superior.
- **Turismo de educación continua:** ligado a programas diseñados generalmente para personas mayores, que no son estudiantes convencionales, y que por su estatus de edad y situación laboral pueden dividirse en los Retirados y No Retirados.

En el “II Encuentro Virtual Nacional de Turismo Cultural” realizado en el año 2013 por NAYA (grupo de estudiantes, investigadores y docentes antropólogos y arqueólogos de

más de 40 países), la Licenciada Claudia Cóceres y el Licenciado Martín Mestelán, en uno de sus informes hacen mención al “turismo educativo” desde una perspectiva antropológica y explican que éste:

...”puede ampliar la mirada de la sociedad, haciendo ver que existen nuevas oportunidades y/o alternativas, como así también ayudando a profundizar el saber relacionado con todo aquello que la sociedad ha ido construyendo a lo largo de su historia, pero que pasa inadvertido por los propios protagonistas”.

Para estos autores lo más importante del turismo educativo es el “**hacer ver**”. Actitud que propicia el encuentro de las personas consigo mismas, con sus pares, con su entorno, con otros, con su presente y con todo aquello que construido por sí mismos les permite ser y asumir una determinada identidad.

1.1.4 Turismo idiomático:

Se entiende por Turismo Idiomático al *desplazamiento cuya motivación principal es aprender un idioma*; en este sentido el español es un recurso turístico con un gran potencial, ya que es un idioma que cada vez adquiere mayor relevancia socioeconómica, se está convirtiendo en una herramienta indispensable para maestros, empresarios, diplomáticos, universitarios, científicos y políticos. Es la segunda lengua de comunicación internacional, la cuarta más hablada del mundo (400 millones de personas), además de lengua oficial en 20 países.

La OMT define el turismo idiomático como:

... “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con el fin de hacer una inmersión lingüística en un idioma distinto al de su entorno”. (OMT, 1991:95)

En este mismo trabajo se utiliza esta definición para resaltar el idioma español como un factor potente de atracción en cuanto a la elección del destino del viaje. Según se indica en este estudio el turista que viaja para aprender español demanda servicios similares a los del turista clásico, suelen desplazarse a un lugar lejos de su residencia habitual, en el

cual permanecen durante varias semanas o meses, se destaca el alto gasto medio propiciado por la duración de la estancia, considerablemente mayor que en el caso de los turistas convencionales y, por lo tanto, la alta rentabilidad del segmento.

Los autores (Ortega y Ruiz 2011) consideran el turismo idiomático como un posible remedio a uno de los grandes problemas de la industria turística: **la estacionalidad**, ya que este tipo de turistas no está vinculado estrictamente con el período vacacional.

Continuando con esta línea la Secretaría de Turismo de la Nación Argentina lo define como:

...”aquél turismo que comprende la oferta de viajes organizados que tienen como motivo principal aprender o perfeccionar el idioma español en Argentina, complementando la estadía con el conocimiento de la cultura, los atractivos naturales y otros recursos propios del país”.(SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACIÓN, 2005:110).

Tradicionalmente la enseñanza del español para extranjeros dentro de nuestro país se ha considerado como una actividad educativa y cultural. Sin embargo, esta actividad tiene un gran potencial en su vinculación con la actividad turística principalmente por los servicios con los que se la relaciona. En el mundo, este tipo de turismo constituye un importante aporte para las economías regionales, además de generar un intercambio cultural dentro de las comunidades en las que se ubican los centros de enseñanza.

1.1.5 Movilidad universitaria como turismo cultural:

Algunos autores engloban los conceptos de turismo juvenil, educativo e idiomático en el turismo cultural. La OMT expone: *“todos los movimientos de personas para satisfacer la humana necesidad de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros”* (OMT, 1994:86)

Siguiendo a Santana Talavera (2003) se define como un turismo que atrae por algún tipo de producción humana, una obra de arte o un conjunto de ellas, una tradición culinaria,

una construcción o un conjunto arquitectónico de características muy peculiares, una ceremonia única en su género, un espectáculo de danza, etc. Este autor se refiere a los aspectos tangibles del patrimonio.

Otra visión es la que aporta Smith (1992) quien incorpora los elementos intangibles de la experiencia:

“... Turismo motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” (SMITH,1992:50).

Es interesante exponer algunos conceptos referidos al turismo cultural. Richards (2000) propuso una definición conceptual que se basa en el modo en que los turistas consumen la cultura. En la cultura podemos ver algo que abarca lo que piensan las personas (pautas de comportamiento normativo o modos de vida) y lo que fabrican las personas (obras de arte, artefactos, productos culturales). Si consideramos la cultura de ese modo, el turismo cultural no sólo implica la visita de lugares y monumentos, sino que se amplía también al consumo del modo de vida de aquellas zonas que se visitan. De este modo define el turismo cultural como:

...“el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales, el turismo cultural no sólo abarca el consumo de los productos culturales del pasado, sino también de la cultura contemporánea o modo de vida de un pueblo o región” . (RICHARDS, G, 2000:72).

El Turismo Cultural por tanto:

- ❖ Facilita la aparición de nuevos productos en las ciudades.
- ❖ Permite el establecimiento de formas de aprovechamiento turísticos no sometidas a ciclos estacionales.
- ❖ Ofrece posibilidades de desarrollo de nuevos destinos y consumos complementarios a los destinos tradicionales.
- ❖ Responde a la creciente segmentación de la demanda.
- ❖ Satisface necesidades vacacionales de corta duración y reducido costo.

- ❖ Proporciona mayor satisfacción a segmentos de demanda activos.
- ❖ Añade valor a la experiencia turística.

1.1.6 Turismo educativo internacional.

A pesar de que los conceptos anteriores se aproximan al objeto de estudio no son los más adecuados como lo expresa Ewa Pawlowska:

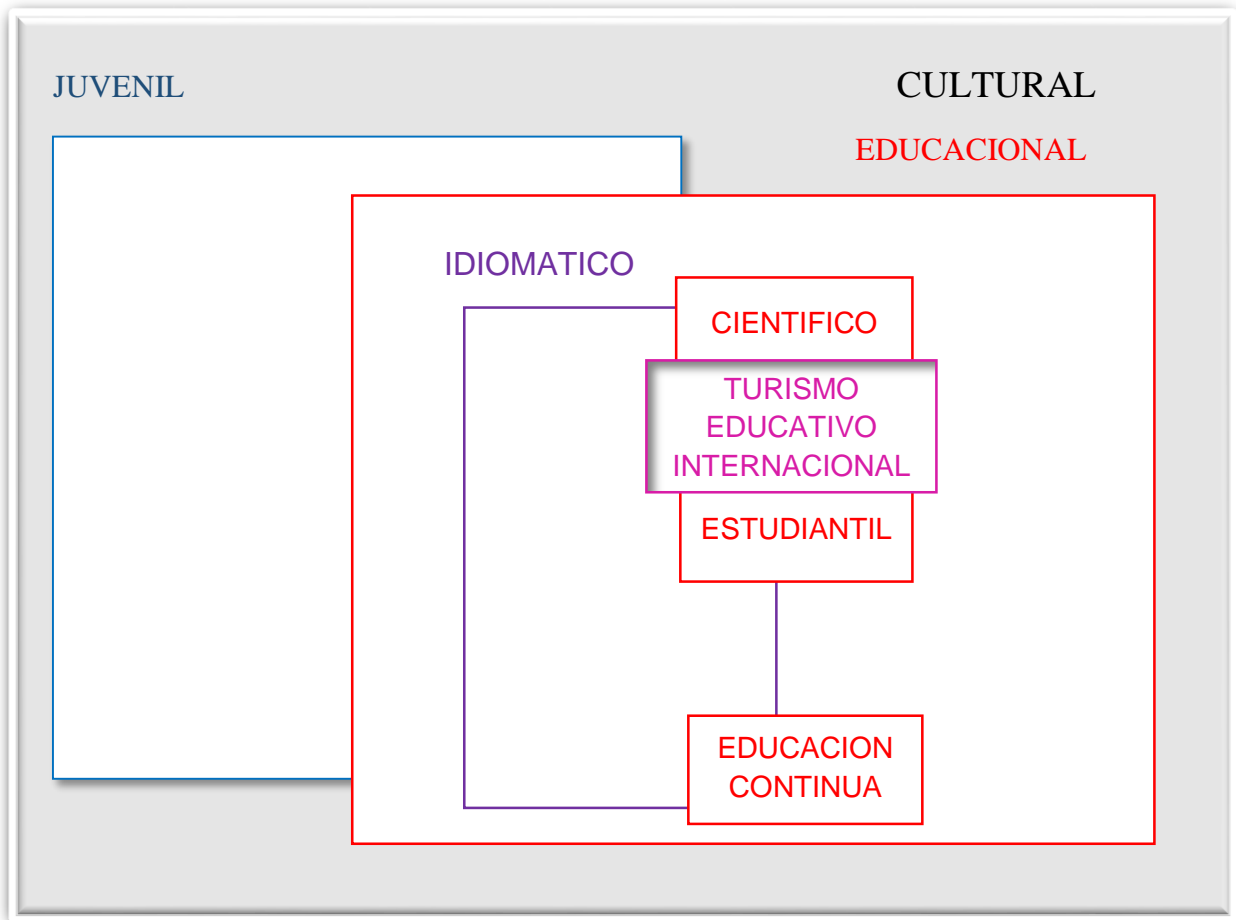
“... el concepto de “turismo joven” es demasiado amplio ya que, además de la movilidad estudiantil, incluye viajeros cuyo motivo principal de la visita no son los estudios; y este concepto está, además, fuertemente relacionado con la edad del turista. Por el contrario, el “turismo idiomático” únicamente se limita al grupo que tiene como objetivo principal del viaje realizar un curso de idioma en el país de acogida. Considero, que el término más adecuado para describir los desplazamientos que se pretenden analizar es el de “turismo educativo internacional”, se podría utilizar para todas las estancias de duración inferior a un año, realizadas en los centros de educación superior fuera del país de residencia habitual. El objetivo principal de la estancia sería la realización de cursos relacionados con una titulación universitaria y/o la asistencia a cursos de idiomas organizados por dichos centros educativos. Esta definición abarcaría la componente educativa al hacer referencia al tipo de centros (escuelas superiores) y tendría en cuenta las exigencias formales que una estancia debe de cumplir para considerarse turismo (duración)...” (PAWLOWSKA EWA, 2011:21).

La figura 3, pretende situar la tipología del “turismo educativo internacional” definida en el presente trabajo, entre las definidas por los autores de la literatura especializada en el tema y citadas con anterioridad.

De este modo, el planteamiento expuesto excluiría todo tipo de programas de intercambio a nivel nacional. La presente investigación se centra únicamente en el componente internacional y la institución que se eligió para el estudio de caso fue la Universidad Nacional del Sur.

Figura 3

Relación entre el turismo educativo internacional y algunas de las tipologías de turismo



Fuente: Alvarez, Solange 2015, en base a Pawlowska Ewa, 2011.

1.1.6.1 Antecedentes de la movilidad estudiantil:

El intercambio estudiantil corresponde a la transferencia de estudiantes entre dos o más entidades, sobre la base de acuerdos interinstitucionales preestablecidos. Ello permite que los alumnos puedan realizar estadías o parte de sus carreras en otra institución.

Fresan Orosco (2009) define a la movilidad de estudiantes como:

... " la incorporación de los alumnos de una institución educativa en los planes y programas de estudio de otra para cursar y acreditar un conjunto de unidades de enseñanza aprendizaje que serán reconocidas como propias en el plan de estudios de origen".(FRESAN OROSCO, 2009:150).

Los intercambios o viajes de movilidad estudiantil se han dado a lo largo de la historia, se han utilizado como estrategia para complementar y fortalecer el aprendizaje de los estudiantes, en todos los sentidos, ya René Descartes decía “Viajar es como conversar con los hombres de todos los tiempos” o por ejemplo en Roma ,los mejores estudiantes viajaban a Atenas o a Alejandría para completar la instrucción, en el Renacimiento, la exploración del Nuevo Mundo fue una inagotable veta de conocimientos, en la ilustración, algunos viajes de estudio duraban hasta años y resultaban fuentes de inspiración para toda la vida.

El llamado “*Grand Tour*” fue un itinerario de viaje por Europa, considerado como el antecesor del turismo moderno, que tuvo su auge entre mediados del siglo XVII y XVIII. Con ese nombre se conocieron los viajes que hacían los jóvenes de clase media-alta de Inglaterra, para enseñar los logros conseguidos por las grandes civilizaciones del pasado, más allá de lo estudiado en los libros de texto. Un Grand Tour podía llevar desde varios meses a varios años, dependiendo del presupuesto. Los jóvenes eran acompañados por algún clérigo o conocido de la familia para frenar los posibles excesos y controlar su instrucción. Al finalizar el viaje se lo dejaba solo en las últimas ciudades del recorrido para que viviera su experiencia.

Ya en la década de 1960, las universidades estadounidenses y, en menor medida, europeas, contaban con importantes contingentes de estudiantes universitarios extranjeros. Esta tendencia se intensificó en las últimas dos décadas. En la actualidad se estima que alrededor de dos millones de estudiantes se encuentran matriculados en universidades extranjeras. Cerca del 80% de ellos estudia en países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). La expansión de los flujos internacionales de estudiantes universitarios ha sido acompañada por una mayor diversificación de los destinos, los tipos y la dinámica de movilidad.

Es importante recordar el llamado de la UNESCO (Organización Cultural, Científica y Educativa de las Naciones Unidas) a incrementar la calidad de la Educación, con su Conferencia General de 1974, a saber:

- Dimensión internacional y perspectiva global en la educación de todos los niveles y formas.

- Comprensión y respeto para todas las civilizaciones, pueblos y culturas, tomando en cuenta sus valores y modos de vida, incluyendo etnias o culturas nacionales y ajenas.
- Toma de conciencia de la creciente interdependencia global entre pueblos y naciones.
- Desarrollo de habilidades para comunicarse con los demás.
- Consideración hacia los demás, no sólo en relación con sus derechos, sino también con las obligaciones de cada individuo, grupo social y nación.

Al destacar dichas recomendaciones, la UNESCO puso en el foco de atención, temas que no habían sido parte de las agendas de las universidades, se trataba, desde entonces, de volver a las formas de educar, de antaño, de formar mejores personas, paralelamente a la formación disciplinaria. Además la Conferencia General sirvió para recordar el **carácter universal** de la educación, la responsabilidad de las Universidades para asumir la tarea de preparar individuos no sólo para el mundo del trabajo en el sentido estricto de la técnica y no sólo para los ambientes locales, en el sentido de la cultura, sino para la convivencia en ambientes multiculturales.

La movilidad estudiantil es una estrategia tanto a nivel regional, nacional como internacional que permite incrementar la calidad de la formación académica del estudiante; además de promover:

- ❖ La excelencia profesional y educativa
- ❖ La visita a otras fuentes de formación profesional
- ❖ La capacidad de valorar la calidad de otras instituciones y de la propia.
- ❖ El desarrollo de las habilidades de convivencia
- ❖ La mejora en los sistemas de trabajo
- ❖ El descubrimiento de capacidades de aprendizaje y adaptación.

Pioneros en movilidad estudiantil:

- Australia

El ejemplo de Australia puede ilustrar estas tendencias. Las universidades australianas han llevado adelante una política de internacionalización con dos dimensiones principales. Por una parte, han buscado y logrado expandir el número de estudiantes internacionales que viajan a estudiar a Australia. Por otra, han aumentado su oferta de educación a distancia e instalado sedes de universidades australianas en otros países. La evolución en los últimos años muestra un espectacular avance: entre 1996 y 2004 se triplicó la cantidad de estudiantes internacionales estudiando en instituciones de educación superior australianas -en cualquiera de sus modalidades-, pasando de alrededor de 60.000 a más de 180.000. El 70% de ese total asiste a universidades ubicadas en Australia. (UNESCO, 2009).

- Europa

El programa Erasmus, que recibe su nombre del filósofo, teólogo y humanista Erasmo de Rotterdam, nació en 1987, cuando participaron en el mismo 3.244 estudiantes. Desde entonces no ha dejado de crecer: en 2005, los jóvenes europeos que estudiaron en otro país fueron 144.032. Las becas Erasmus permiten estudiar un año académico o parte del mismo en una universidad de otro Estado miembro o de alguno de los países participantes en el programa (Noruega, Liechtenstein, Islandia y Turquía). Los destinos más solicitados durante el curso 2005-2006 fueron España, que recibió a 26.629 estudiantes, Francia, con 21.424, Alemania (17.886) y Reino Unido (16.365).

La idea de ERASMUS amplía sus fronteras y se establecen otros programas de movilidad que, con el mismo planteamiento (objetivos y acciones similares), cubran distintos ámbitos geopolíticos de interés para la Unión. Así surgen:

- TEMPUS en 1990 para países del Este (TEMPUS-PHARE) y antiguas repúblicas soviéticas (TEMPUS-TACIS).
- ALFA (América Latina Formación Académica) en 1992, para Iberoamérica.
- MED-CAMPUS también en 1992, para países de la cuenca mediterránea (Argelia, Chipre, Egipto, Israel, Jordania, Líbano, Malta, Marruecos, Siria, territorios

ocupados palestinos, Túnez y Turquía).

Los requisitos previos de los estudiantes para participar en el programa Erasmus son estar cursando una carrera universitaria de grado medio o superior y haber completado su primer año de formación. Además, deben ser ciudadanos de uno de los estados miembros asociados al programa Sócrates.

Los estudiantes seleccionados para el programa Erasmus cursarán sus estudios durante un periodo de entre tres meses y un año en otro país europeo que computarán y serán reconocidos en su universidad de origen una vez regresen.

Los estudiantes pueden también solicitar una beca Erasmus como ayuda económica por el coste adicional de vivir en el extranjero. En todos los países se ofrecen clases de apoyo en el idioma del país para facilitar al estudiante su integración en la nación de acogida.

Para muchos universitarios europeos el programa Erasmus les ofrece la ocasión de vivir por primera vez en un país extranjero. El mismo fomenta no solamente el aprendizaje y entendimiento de la cultura y costumbres del país anfitrión, sino también el sentido de comunidad entre estudiantes de diversos países. La experiencia de Erasmus se considera una época de aprendizaje y de fomento de la vida social. Las "fiestas Erasmus" que se celebran en las ciudades anfitrionas son conocidas en los ambientes universitarios de toda Europa por ser acontecimientos bulliciosos y multilingües.

La importancia que tiene este programa ha desbordado el mundo académico europeo, siendo reconocido como un elemento importante para fomentar la cohesión y conocimiento de la Unión Europea entre la población joven. Esto ha hecho que se venga acuñando el término "generación Erasmus" para distinguir a esos estudiantes universitarios que a través de esta experiencia han creado lazos de amistad transfronterizos. El programa de intercambio Erasmus de la Unión Europea ha sido galardonado con el Premio Príncipe de Asturias de Cooperación Internacional 2004 por ser uno de los **programas de intercambio cultural más importantes de la historia de la humanidad**. (Fundación de la lengua Española, 2007).

1.1.6.2 Análisis a nivel mundial:

El turismo de jóvenes es uno de los mercados del sector turístico mundial que crece con

más rapidez y que muestra un mayor dinamismo. Según las estimaciones de la OMT, el 20 % de los 940 millones de turistas internacionales que viajaron por todo el mundo en 2010 eran jóvenes.

Sin embargo la importancia que reviste este mercado va más allá de las cifras. Las Naciones Unidas han reconocido que los jóvenes son un motor fundamental del desarrollo y el cambio social. Esto también es aplicable al turismo, sector en el que los jóvenes impulsan un cambio positivo, invierten en las empresas turísticas locales y defienden la protección del medio ambiente. Como tal el turismo joven es una de las vías más prometedoras hacia un sector turístico responsable y sostenible.

El turismo de jóvenes es importante porque es un mercado para el futuro, (no sólo para el desarrollo de los propios jóvenes), sino también para los lugares que visitan. Los estudios realizados por la Confederación Mundial de Viajes Educativos para Jóvenes y Estudiantes (WYSE) muestran que:

- ❖ Con frecuencia los viajeros jóvenes gastan más que otros turistas, debido al tiempo que permanecen en los países de destino.
- ❖ Es más probable que los viajeros jóvenes regresen al destino y le concedan más valor a lo largo de sus vidas.
- ❖ Los viajeros jóvenes son un mercado en crecimiento a escala mundial, mientras que el poder adquisitivo de las generaciones anteriores de las economías occidentales puede disminuir a largo plazo.
- ❖ Es menos probable que el terrorismo, la agitación política y civil, las enfermedades o los desastres naturales impidan a los jóvenes de viajar.
- ❖ Los viajeros jóvenes son los primeros en descubrir nuevos destinos.
- ❖ Los viajeros jóvenes son los principales usuarios de la nueva tecnología.
- ❖ Los viajeros jóvenes se benefician culturalmente de sus viajes, y contribuyen a los lugares que visitan.

La OMT y la WYSE están convencidas de que el turismo de jóvenes ha evolucionado mucho desde sus comienzos como sector turístico especializado, y se ha convertido en un importante elemento de la combinación turística en cualquier destino. Esto obedece, entre otros factores, a que el turismo sostiene muchos aspectos diferentes del estilo de vida de los jóvenes. Para los jóvenes:

- ❖ El turismo es una forma de aprendizaje
- ❖ El turismo es una forma de conocer a otras personas
- ❖ El turismo es una forma de ponerse en contacto con otras culturas.
- ❖ El turismo es una fuente de desarrollo profesional
- ❖ El turismo es un medio de superación personal
- ❖ El turismo forma parte de su identidad – **eres lo que has visitado.**

Los jóvenes consideran los viajes como una parte esencial de su vida cotidiana, en lugar de una breve escapada de la realidad. Esto tiene consecuencias de gran alcance para los lugares que visitan. Debido a la forma en que viajan, las consecuencias sociales y culturales de recibir a los jóvenes están adquiriendo incluso más importancia que los efectos económicos. El **valor añadido** del turismo de jóvenes reside en **la innovación, el posicionamiento, los vínculos culturales, el comercio y el intercambio internacional, el apoyo social, la educación, el apoyo en términos de aprendizaje para las comunidades locales, etc.**

Un estudio reciente realizado en Mayo de 2014 por la UNESCO bajo el nombre de global flow of tertiary-level students, en español: Movilidad internacional de estudiantes de nivel terciario, a través de un mapa virtual muestra los desplazamientos de los estudiantes a nivel mundial, a dónde se dirigen a estudiar y de qué países llegan.

Los resultados de la investigación indican que el número de estudiantes que cursan estudios en el extranjero sigue aumentando y las instituciones educativas de todo el mundo compiten por captar los mejores alumnos.

El aumento de la movilidad estudiantil internacional refleja la creciente matrícula universitaria en todo el mundo. En 2012, al menos 4 millones de estudiantes fueron al extranjero para estudiar, frente a 2 millones en 2000, lo que representa 1.8% del total de la matrícula universitaria o 2 de cada 10 estudiantes a nivel mundial.

Mientras que los países de destinos tradicionales, como los Estados Unidos, siguen siendo fuertes imanes para los estudiantes que buscan una educación de alta calidad, nuevos países de destino están compitiendo por una parte de los ingresos y el capital intelectual de los estudiantes internacionales.

En 2012 cinco países de destino alojan cerca de la mitad del total de los estudiantes: Estados Unidos (18%), Reino Unido (11%), Francia (7%), Australia (6%), y Alemania (5%).

Australia y Japón, los destinos tradicionales de Asia oriental y el pacífico se rivalizan por los que comienzan crecer como China, Malasia, la república de Corea, Singapur y Nueva Zelanda, donde llegaron el 6 % de la cuota mundial de los estudiantes en 2012.

Los datos de la investigación indican que la tendencia es estudiar “cerca de casa”. Los centros regionales no sólo atraen a un porcentaje de la población mundial de los estudiantes internacionales, sino que se están convirtiendo en destinos favoritos para los estudiantes dentro de las regiones. Los atractivos que encuentran son los menores costos del viaje y la familiaridad cultural.

En algunos países hay “más estudiantes en el extranjero que los que estudian en su propio país”, como el caso de Argentina. Los datos sobre el número de estudiantes móviles que llegan a un país tienen limitaciones. Cuando en los países de acogida no se especifica el país de origen de los estudiantes internacionales, el número de estudiantes que procede de un determinado país del extranjero no se reporta. El problema se magnifica cuando los países que acogen a un gran número de estudiantes internacionales como China, Egipto, Líbano, Singapur y Uganda, no informan de dónde vienen los estudiantes.

1.1.6.3 Cooperación internacional e Internacionalización

Para Siufi, el término cooperación internacional:

“...es la modalidad de relación entre países que persiguen un beneficio mutuo, y en especial para alcanzar un desarrollo óptimo de sus ciudadanos que sería difícil de lograr en forma aislada. Este término sufrió transformaciones en las últimas y hoy se propone más como un acto de corresponsabilidad o de “asociados” que como un proceso asistencial” (SIUFI GABRIELA, 2009:124)

Respecto de la cooperación internacional universitaria:

“... implica el conjunto de actividades realizadas entre o por instituciones universitarias que, a través de múltiples modalidades, conlleva una asociación y colaboración en los ámbitos de la política y gestión institucional, la formación, la investigación, la extensión y la vinculación para el mutuo fortalecimiento y la proyección institucional, la mejora de la calidad de la docencia, el aumento y la transferencia del conocimiento científico-tecnológico; y la contribución a la cooperación para el desarrollo” (SIUFI GABRIELA, 2009:124).

Por otro lado, la dimensión de la internacionalización de la Educación Superior se ha plasmado por muchos años en tareas casi rutinarias entre las universidades del mundo; a saber: enviar becarios al exterior, recibir o contratar profesores o investigadores de otros países, vincularse con universidades extranjeras mediante convenios, relacionarse con sus científicos, incentivando investigaciones conjuntas, etc. Además, las acciones en el campo internacional se han asociado tradicionalmente con el prestigio de las universidades.

En los últimos años el énfasis de la **internacionalización** ha recaído sobre la **movilidad de estudiantes**, aumentando las iniciativas y programas en este sentido tanto por agencias de cooperación, organismos gubernamentales y grupos de universidades integradas en red.

1.1.7 Análisis a nivel nacional

En nuestro país el Estado asume la necesaria tarea de articulación, coordinación y promoción de la Universidad Argentina. A tales fines, el Ministerio de Educación de la Nación ha puesto en marcha el Programa de Promoción de la Universidad Argentina con la misión primordial de promover las actividades de las universidades en el exterior en consonancia con los intereses estratégicos de la Nación, así como el fortalecimiento de la relación Universidad-Sociedad y el ejercicio de ciudadanía.

El país se ha convertido en uno de los principales centros de aprendizaje para los estudiantes internacionales. El prestigio educativo, la amplia oferta cultural y turística y el cambio favorable son las claves.

Las sedes se multiplican e incluyen, además de las universidades, a centros de estudio distribuidos por todo el país, los cuales generalmente brindan opciones para facilitar el alojamiento de los estudiantes así como también el acceso a otras actividades (trabajo voluntario, clases de tango, deportes, turismo rural, de aventura o de salud).

Otro motivo muy estimulante para venir estudiar en Argentina es la existencia del “**Certificado de Español Lengua y Uso**” (CELU), es un certificado de dominio del

español como lengua extranjera que pueden obtener todos los extranjeros cuya primera lengua no sea el español y que quieran validar su capacidad de usar este idioma como lengua segunda para ámbitos de trabajo y de estudio. El CELU es el único examen reconocido oficialmente por el Ministerio de Educación y el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República Argentina.

Un artículo publicado por el diario Clarín en el año 2013 informa: ... *“Las universidades argentinas asisten a un fenómeno inédito: cerca de 40 mil alumnos extranjeros se forman en sus aulas. Es un crecimiento del 67% en relación con 2008, cuando en las casas de altos estudios (públicas y privadas) había 24 mil estudiantes llegados desde el exterior. El prestigio educativo, atractivos culturales e históricos y gratuidad de la enseñanza son algunos de los motivos del imán para los chicos”* ... *“En la Universidad de Buenos Aires (UBA), por ejemplo, la cifra de alumnos extranjeros trepó de 7.000 a 12.000 en cuatro años. En la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) la cantidad de estudiantes de otras nacionalidades crece a un ritmo del 20 % anual desde 2004. Y en la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) aseguran que la cantidad de foráneos en sus claustros se multiplicó por 21 desde 2007”* ... *“Los extranjeros nos eligen porque pueden combinar la educación con un lindo entorno social y cultural, y con precios más bajos que en su país de origen. Además, Buenos Aires es lo más seguro y más europeo de Latinoamérica”*, grafica Paula Iglesias, coordinadora de Relaciones Internacionales de la UADE...” Para la mayoría de los que quieren estudiar en el país, los programas de intercambio son claves. *“Vienen por la gran cantidad de convenios que tenemos. La gran mayoría lo hace con este mecanismo y no paga aranceles...”*, dice Soledad Zapiola, coordinadora general de la dirección de Relaciones Internacionales de la Universidad Católica Argentina UCA.

A continuación se presenta un mapa con las instituciones universitarias argentinas, ubicadas por provincia, aprobadas por el Ministerio de Educación Argentina.

Figura 4

Distribución de las Instituciones Universitarias por provincia.

Instituciones de gestión estatal. Universidades Nacionales/Universidades Provinciales.



Fuente: Ministerio de Educación Argentina, 2012. Escala 1cm= 383Km.

En la Figura 4, se identifican las Universidades Nacionales y provinciales que los estudiantes internacionales pueden elegir para realizar sus estudios en nuestro país.

Los estudiantes internacionales que quieren venir a la Argentina se encuentran con un país que les ofrece una amplia, diversificada y calificada oferta de estudios universitarios,

de grado como de postgrado, con un costo de vida accesible, compartiendo las actividades académicas con jóvenes de otros países y la posibilidad de desarrollar una experiencia de vida única recorriendo un país de contrastes en su geografía y clima.

CAPITULO III:

Área de estudio

2. Caracterización del área de estudio

La ciudad de Bahía Blanca se encuentra situada estratégicamente al sudoeste de la provincia de Buenos Aires a 658 km de la capital del país, está localizada a los 38° 44' latitud Sur y 62° 16' longitud Oeste de Greenwich, sobre la costa del Océano Atlántico. Figura 5.

Figura 5

Mapa de la República Argentina y Buenos Aires



Fuente: Pablo Forgia, 2007, en base a los datos del Consorcio de Gestión del Puerto de Bahía Blanca 1997.

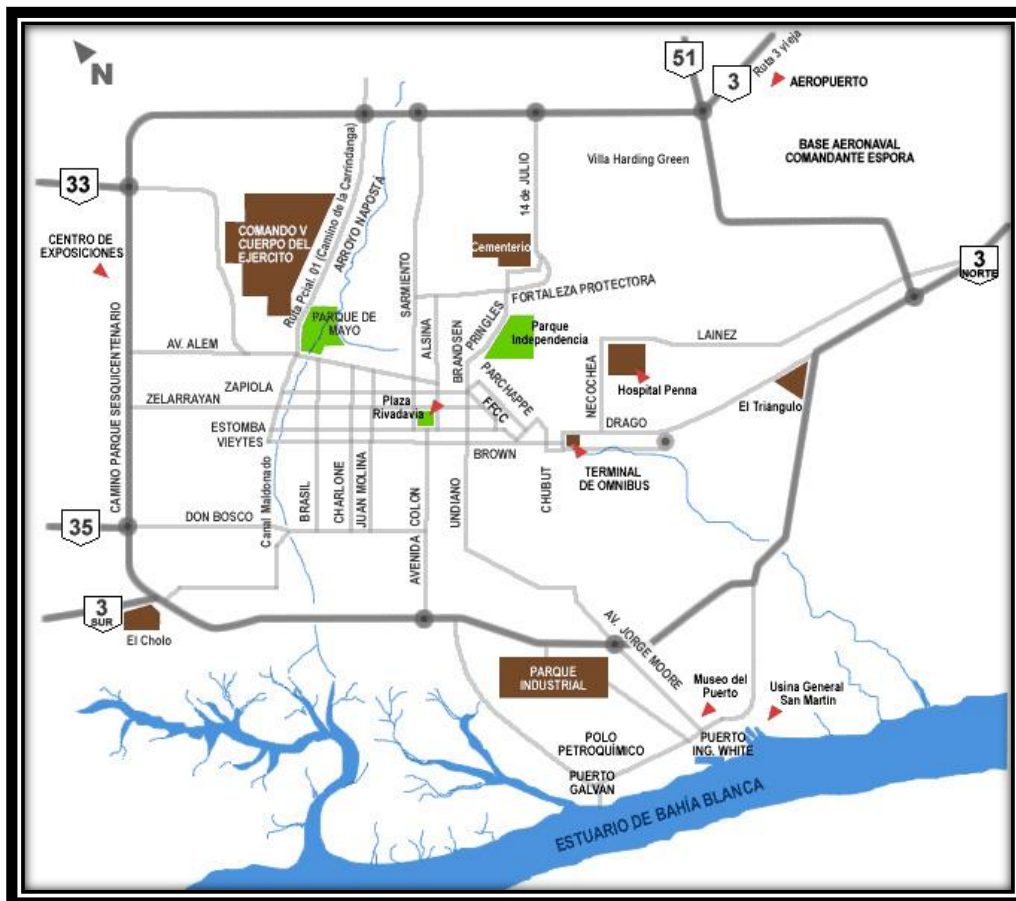
El partido, conformado por la ciudad de Bahía Blanca y las localidades de Ingeniero White, General Cerri y Cabildo limita con los distritos de Villarino, Tornquist, Coronel Pringles y Coronel Rosales. La superficie del mismo es de 2.300 Km².

Posee una importante relación con el centro y sur del país por medio de múltiples conexiones carreteras (rutas nacionales N° 33,35, 3 Norte, 3 Sur y 22 y ruta provincial 51) y ferroviarias. Figura 6.

Según el Censo Nacional de Población y Vivienda realizado en octubre de 2010, Bahía Blanca tiene un total de población de 301.531 habitantes.

Figura 6

Mapa de accesos a la ciudad de Bahía Blanca



Fuente: Municipalidad de Bahía Blanca, 1998. Escala 1cm=1km.

La ciudad es un centro administrativo, comercial, financiero, industrial y de servicios además de ser núcleo educativo, de salud y cultural en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires.

Se constituye también como ciudad de paso hacia el sur del país mediante la comunicación, terrestre, aérea, ferroviaria y portuaria, además de vincularla con otras economías regionales y los mercados internacionales.

En lo referido a la oferta educativa la ciudad brinda diferentes ciclos y modalidades en educación: preescolar, primario, secundario, terciario y universitario, como también profesional y artístico. Existen centros académicos de sólido prestigio en los niveles universitarios y terciarios que garantizan la formación profesional de recursos humanos altamente calificados. Se destacan la Universidad Nacional del Sur (UNS), la Universidad Tecnológica del Sur (UTN) y la Universidad Provincial del Sudoeste (UPS), esta última cuenta con sedes en distintos municipios y capacita a alumnos en carreras cortas vinculadas a las demandas regionales. También cuenta con un Centro Científico Tecnológico CONICET, dependiente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas y del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva. Además están bajo su jurisdicción numerosos grupos de investigación insertos en la Universidad Nacional del Sur y en la Universidad Tecnológica del Sur.

2.1 Análisis del Turismo Educativo Internacional en la ciudad de Bahía Blanca

La información sobre los visitantes internacionales fue suministrada por la Municipalidad de Bahía Blanca y la Secretaría de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional del Sur.

De acuerdo al informe del año 2014 realizado por el Área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca en los puestos de información turística localizados en la Peatonal Drago y en la Terminal de Ómnibus San Francisco de Asís, el porcentaje de visitantes extranjeros es de 19.22%, de los cuales los turistas que viajan solos suman el 42.18% y en pareja 31.29%, la motivación principal es por vacaciones 56.46% y para hacer escala 44.90%, la mayoría se aloja en hoteles 34.69%, hostel 19.73% y casas 11%. Estas estadísticas reflejan la llegada de los turistas extranjeros pero no hace una discriminación de los extranjeros que llegan sólo por motivos de estudio ya que éstos muchas veces no llegan a las oficinas de informes para hacer consultas.

Los datos precisos fueron brindados por la Secretaría de Relaciones Internacionales, en la Figura 7 se observa la movilidad de los alumnos internacionales desde el año 2007 hasta el 2013, la cual presentó un crecimiento del 90% en siete años.

Figura 7

Movilidad total de estudiantes en la Universidad Nacional del Sur



Fuente: Departamento Relaciones Internacionales. Universidad Nacional del Sur.

2.2 Oferta turística-recreativa de la ciudad

Bahía Blanca es una ciudad pujante y dinámica con arquitectura de gran valor patrimonial, lo cual puede apreciarse en todos los paseos turísticos. Se destacan los teatros: Municipal, Don Bosco, Rossini, El Tablado, los museos de Ferrowhite, Museo del Puerto, de Bellas Artes y Arte Contemporáneo, de Ciencia y Técnica.

También hay una variada oferta de espacios verdes para disfrutar del tiempo al aire libre como: Parque de Mayo, Arroyo Napostá, Paseo de las Esculturas, Barrio Palihue, Parque Independencia, Barrio Parque Patagonia, Balneario Maldonado y el sector Portuario desde donde se puede acceder a la Reserva Natural de Uso Múltiple Bahía Blanca, Bahía Falsa, Bahía Verde.

Otros atractivos son lugares de esparcimiento y recreación como cines, bingos, tanguerías, artesanos, las fiestas populares y recreación nocturna. Además de los eventos deportivos, sociales, espectáculos y numerosos congresos de distintas disciplinas que se realizan a lo largo de todo el año.

En la ciudad se puede encontrar una amplia alternativa gastronómica que incluye restaurantes, patios de comida, parrillas, cantinas, marisquerías, pizzerías, tenedor libre, comida rápida, cafés, confiterías y bares.

El total de establecimientos que brindan el servicio de restauración asciende a 80 comercios, incluyendo algunos bares, cafés y hoteles que también ofrecen ese servicio, además hay que agregar aproximadamente 70 establecimientos destinados a confiterías con una capacidad total de 6.490 plazas.

Según los datos que aporta el área de Turismo de Bahía Blanca, la ciudad cuenta con un total de 27 alojamientos: 12 de ellos son establecimientos hoteleros de diferente categoría, 1 hostería, 4 apart hoteles, un parador, un motel, un hostel, 6 hospedajes y un camping municipal.

De acuerdo con la categorización que recibe cada establecimiento y conforme a la Ley 18.828 (Ley Nacional de Hotelería) se pueden establecer los hoteles con que actualmente cuenta la ciudad, presentando tres hoteles de 4*, dos de 3*, cuatro de 2*, tres de 1* y seis hospedajes de clase "A", respecto al motel, está categorizado de 2*.

En cuanto a la disponibilidad de plazas que presenta la ciudad y según un listado brindado por el área de turismo del municipio, Bahía Blanca cuenta con 2.100 plazas hoteleras, de las cuales aproximadamente un 70% corresponden a hoteles de 4,3 y 2 estrellas.

La ciudad cuenta con comunicación interna a través del servicio de transporte urbano de colectivos que permite la conexión entre distintos sectores de la ciudad, flota de taxis, remises y alquiler de autos.

Otros servicios importantes que ofrece es la oficina de informes turísticos con dos puestos: uno ubicado en Peatonal drago y Av. Colón, de lunes a sábados y feriados y otro en la Terminal de Ómnibus en calle Drago 1900, de lunes a viernes. Los mismos brindan información, asesoramiento y folletería a los turistas sobre los atractivos de la ciudad,

además desde la oficina se realizan visitas guiadas gratuitas por distintos circuitos de la ciudad:

- Camino de la historia
- Caminos de los fortines, laneros y frigoríficos
- Camino de los puertos
- Camino de los barrios y parques.
- Camino Bahía Capital del Básquet
- Los caminos del riel
- Camino rural

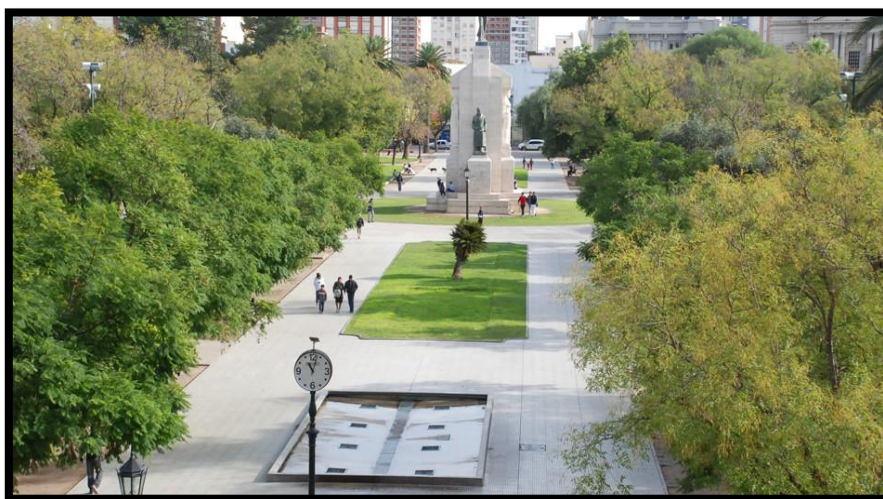
Además de 61 agencias de turismo habilitadas la mayoría dedicadas al turismo emisor y sólo algunas especializadas en turismo receptor. Casas de cambio para que los turistas puedan cambiar sus divisas. Centros de salud públicos y privados en todas las especialidades y con atención de alta complejidad que permite cubrir la demanda de la zona.

Por todos estos productos y servicios que brinda se reconoce a Bahía Blanca como una ciudad portuaria, industrial, deportiva, cultural, universitaria y comercial.

Por su característica de metrópoli regional es referente de turismo urbano en el SO de la Pcia de Buenos Aires, destacándose las modalidades de turismo de reuniones y turismo cultural.

Foto 1

Plaza Rivadavia



Fuente: <http://turismo.bahiablanca.gov.ar>

Foto 2

Ingreso al Parque de Mayo



Fuente: <http://turismo.bahiablanca.gov.ar>

2.3 Oferta turística complementaria

En el sudoeste de la provincia de Buenos Aires existen una gran variedad de espacios que se destacan por la heterogeneidad de sus atractivos turísticos definidos por playas, serranías, actividades rurales, lagunas, termas y espacios urbanos para disfrutar en cualquier época del año y dotados de infraestructura y equipamiento necesarios para recibir a los turistas.

➤ **Circuito Mar y Sierra**

La conformación del corredor turístico “mar y sierra” nace con la culminación de la pavimentación de 22 km de la ruta Provincial N° 72 en el tramo Saldungaray (Paraje Fra-Pal) que conecta las rutas provinciales N° 51 y N° 76, y que permite la unión de los dos centros turísticos más importantes de la región: Comarca turística de Sierra de la Ventana y los balnearios de Monte Hermoso y Pehuen-C60.

Sierra

El Sistema de Ventania ha permitido desarrollar diferentes tipos de turismo principalmente naturaleza y aventura. Así ha surgido como destino espontáneo y consolidado la Comarca Serrana compuesta por Sierra de la Ventana, Villa Ventana, Villa

Serrana La Gruta y Saldungaray pertenecientes al partido de Torquinst. El cordón más conocido de Ventania es la Sierra de la Ventana, debido que se encuentran los mejores atractivos y las mayores elevaciones, siendo el cerro Tres Picos el más elevado con 1.243 metros sobre el nivel del mar.

La diversidad de paisajes naturales, su abundante patrimonio cultural, el alto grado de conservación de sus recursos turísticos naturales y culturales, constituyen el atractivo de este destino turístico ofreciendo las nuevas modalidades de turismo (turismo aventura, ecoturismo, turismo rural, científico, pesca, entre otros).

Las localidades más importantes y con una marcada e importante vocación de servicios son: Saldungaray, Sierra de la Ventana, Villa Ventana y Torquinst.

La localidad de Torquinst, es la cabecera del partido, se encuentra a 50 km de Sierra de la Ventana y a 75 km de Bahía Blanca.

La localidad de Saldungaray se encuentra a 8 km de Sierra de la Ventana, se puede visitar el Fortín Pavón que recuerda el origen de esta comunidad como puesto de defensa contra el avance indígena, la Iglesia Nuestra Señora del Tránsito, el Portal del Cementerio es una construcción de estilo Art-decó de Francisco Salamone, el parque Municipal y las bodegas.

Sierra de la Ventana es la localidad con mayor actividad turística de la Comarca, se encuentra a 50 km de la localidad de Torquinst y actúa como centro de estadía. Entre sus atractivos se encuentra el cerro del Amor, el zoológico, ríos y balnearios.

Villa Ventana es una pequeña localidad a 17 km de Sierra de la Ventana, se pueden visitar arroyos, bosques y el Ex club Hotel. (RODRIGUEZ, 2007:134)

El Parque Provincial Ernesto Torquinst (PPET), es una reserva natural ubicada sobre la ruta provincial N°76. Cuenta con más de 6.000 hectáreas en un ambiente natural de máxima pureza.

El Parque posee dos ingresos, los cuales se encuentran atendidos por guías y guardaparques:

- Desde la base del Cerro Ventana, se puede visitar: el Cerro ventana, Garganta del Diablo, Garganta Olvidada, Piletones Naturales.

- Desde la base Cerro Bahía Blanca, se pueden realizar las siguientes actividades: Cerro Bahía Blanca, Sendera Claro Oscuro, Arte Rupestre en la Cueva del toro y visitar el Jardín Botánico.

Villa Serrana La Gruta está situada a 15 km de la localidad de Torquinst, es una villa residencial de incipiente desarrollo pero con servicios turísticos.

Foto 3
Sierra de la Ventana



Fuente: <http://www.torquinst.gov.ar>

Playas

Monte Hermoso

Es el centro de mayor crecimiento y expansión del Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires y brinda servicios de alojamiento, gastronomía, transporte que demandan los turistas para una estadía satisfactoria.

El crecimiento de este balneario se ha dado de manera espontánea y rápida, con un incremento acentuado de la construcción con fines turísticos para el turismo residencial.

El partido de Monte Hermoso se extiende a manera de franja paralela al mar, a lo largo de 32 km. en dirección este-oeste, cuenta con una superficie de 230 km², ubicada en el suroeste de la provincia de Buenos Aires.

La playa de Monte Hermoso se encuentra situada sobre la costa Atlántica, dentro de la barrera medanosa austral, a los 38° 59' 33" de latitud Sur y a 61° 15' 55" de longitud Oeste. Posee un área urbanizada con una extensión de 186 has. (DEL POZO, 2001:45)

El Partido dista a tan sólo 100 km de Bahía Blanca, su acceso es a través de la ruta Nacional N°3, la cual empalma con la ruta Provincial N°78, esta última asfaltada en su totalidad, que finaliza en el centro urbano.

El turismo es la actividad predominante y principal fuente de ingresos. Se caracteriza por un turismo sol y playa, con una estacionalidad marcada en temporada estival.

La localidad de Monte Hermoso posee una amplia oferta de recursos turísticos naturales, siendo, los mismos, la base sobre la cual se sustenta su desarrollo como destino turístico. Los turistas pueden disfrutar de los recursos naturales: la playa, la laguna Sauce Grande, las dunas, la desembocadura del río Sauce Grande. Además de los recursos culturales que complementan la oferta del producto sol y playa: Peatonal Dufaur y Dorrego, Faro recalada, Museo Naval, Museo Municipal de Ciencias Naturales, Centro Cultural ex cine Monte Hermoso, Casino, Paseo del Pinar, Yacimiento "Monte Hermoso I", conocido como el Pisadero, Feria de los Artesanos, Plaza Parque General Don José de San Martín, Monte Hermoso Club Golf, Polideportivo y una gran cantidad de fiestas locales.

Pehuén-Co

La ciudad balnearia de Pehuen-có, ubicada en el partido de Coronel Rosales, en el sur de la Provincia de Buenos Aires, a 85 km de Bahía Blanca. Se accede a través de la ruta Nacional N°3, empalmado a la altura del kilómetro 640 con la ruta Provincial 113/2.

Este lugar ha sido escenario durante millones de años, de diversos acontecimientos geológicos y climáticos (avances y retrocesos del mar; pasaje y desaparición de ríos y arroyos; avances de cordones medanosos; cambios climáticos, etc.), procesos que han quedado documentados, en numerosos afloramientos rocosos y depósitos sedimentarios que se extienden a lo largo de sus costas. Dichos acontecimientos, han sido acompañados

por modificaciones en la flora y la fauna y, su desaparición ha dado lugar a tres yacimientos paleontológicos importantes, que han sido declarados Reserva Geológica, Paleontológica Provincial por gestión del Museo de Ciencias Naturales Charles Darwin:

- “Farola Monte Hermoso” o “La Roca”
- “Playa del Barco”
- “Yacimiento de Paleoicnitas”

Otros atractivos del balneario son: La casa barco, el bosque encantado, capilla La Sagrada Familia, la Casa Molino, el vivero municipal y la sala de interpretación paleontológica. En Pehuen-Có también se puede realizar pesca deportiva (desde la costa y embarcada), turismo aventura (trekking, sandboard, deportes acuáticos, kitesurf, juegos de playa).

Foto 4

Playa de Pehuen-Có



Fuente: www.bahiablanca-conicet.gob.ar

➤ **Triangulo turístico de Pedro Luro**

Pedro Luro es una ciudad del Partido de Villarino, en el extremo sudoeste de la provincia de Buenos Aires, a orillas del Río Colorado, a 110 km de la ciudad de Bahía Blanca.

La ciudad ha adquirido notoriedad en virtud del llamado triángulo turístico integrado por: el Fortín Mercedes, las Termas Ceferino Namuncurá y Laguna La Salada.

Lago Parque La Salada

Al balneario se accede por la ruta Nacional N°3, km 808 por la ciudad de Pedro Luro. La laguna se asienta sobre una depresión del terreno de unas 700 has, rodeada de montes naturales y forestación.

Posee óptimas condiciones de accesibilidad y costas de escaso desnivel que permiten la práctica de deportes como natación, sky, velerismo, buceo, canotaje, motonáutica; complementados por caminatas, ciclismo y pesca deportiva.

La Salada brinda servicios de alojamiento, proveeduría, baños, duchas públicas, fogones, mesas, sombrillas, muelles en la playa. Además en el área urbana posee servicios de agua corriente, energía eléctrica, atención sanitaria, servicios de vigilancia y local bailable.

Termas Ceferino Namuncurá

Las Termas se encuentran situadas en cercanías a la localidad de Pedro Luro, sobre la ruta Nacional N°3, Km 809 y desde allí 1 Km de camino pavimentado. Tiene siete piscinas con agua a unos 39°C cubiertas y descubiertas; algunas estáticas con chorros para masajes subacuáticos otras para masajes exteriores, barro y sauna con vapor termal.

Las aguas termales fluyen desde una profundidad de 967 mts a 70°C y según estudios oficiales de la Dirección de Minas y Geología (realizados en 1941 cuando se descubrieron) son las más importantes en su género y ocupan un lugar entre las más interesantes del mundo. Tiene 124 kg de sales y minerales por m³ y contienen 21 elementos entre cloro, azufre, bromo, lodo, nitrógeno, hierro y potasio. Estas aguas poseen una amplia variedad de condiciones curativas, extendiéndose su acción terapéutica a casos de artritis, artrosis, reuma, enfermedades de la piel, anti estrés, entre otros.

Complejo Fortín Mercedes

Es un complejo salesiano al cual se accede por la ruta Nacional N°3 y uno de los lugares más visitados por el turismo de fe, allí se encuentra el Santuario de María Auxiliadora, Patrona del Agro Argentino y en la iglesia descansan los restos de Ceferino Namuncurá. El tercer fin de semana de Noviembre de cada año se realiza una peregrinación multitudinaria en honor a estos santos.

Otro atractivo para visitar es el Museo Regional y misionero, posee una superficie de 1036 m².El objetivo es hacer conocer la Patagonia y rescatar la memoria de la acción promocional, educativa y evangelizadora de la primera gesta misionera de la congregación salesiana fundada por Don Bosco. También se puede conocer el histórico Fortín Militar que fue fortaleza en las campañas por la Conquista del Desierto. En la actualidad el sector consta de dos jardines de infantes, escuela primaria y secundaria.

Foto 5

Fortín Mercedes



Fuente: www.villarino.gov.ar

CAPITULO IV:

Análisis de la oferta y demanda

3. Análisis de la oferta educativa internacional en Bahía Blanca.

En la ciudad de Bahía Blanca existen varias instituciones que realizan intercambios de estudiantes internacionales con diferentes finalidades. En el siguiente capítulo se hará mención a cada una de ellas y se fundamentará la elección de la Universidad Nacional del Sur para realizar la investigación.

➤ **Rotary Internacional**

Es una institución que cuenta con más de un millón doscientos mil socios. En 1905 Paul P. Harris fundó la que llegaría a ser una de las primeras organizaciones de servicio del mundo: el Club Rotario de Chicago. La intención era formar un círculo de profesionales en el que se propiciara el intercambio de ideas y la camaradería. El nombre “Rotary” tiene su origen en la costumbre que los socios establecieron al principio, de reunirse en forma rotativa en la oficina de cada uno de ellos.

El Rotary otorga **Becas pro paz**, las mismas cubren en su totalidad los gastos de matrícula y tasas académicas, alojamiento y comidas, pasaje de ida y regreso y los gastos incurridos durante la pasantía y prácticas correspondientes. Hay dos categorías de **Becas pro paz**:

Maestría: ofrece becas para estudios de maestría en universidades prestigiosas, en campos relativos a la paz y la resolución y prevención de conflictos, el curso dura de 15 a 24 meses y se requiere hacer una pasantía de dos o tres meses de duración en el período de receso.

Diplomatura: está destinado para personas que poseen más experiencias en el tema de la paz y desean profundizar sus habilidades profesionales, el Rotary ofrece un curso de tres meses de duración sobre paz y prevención y resolución de conflictos en una Universidad de Tailandia.

En la ciudad de Bahía Blanca, los miembros del Rotary pueden participar de “Rotary Youth Exchange”, en español **intercambio de jóvenes**, es un programa que brinda la

oportunidad de vivir y estudiar en el extranjero algunas semanas o todo un año lectivo. El club rotario local recibe a los participantes, quienes viven con familias anfitrionas.

El programa está enfocado a chicos y chicas de 15 a 19 años que demuestren habilidad de liderazgo en el colegio y la comunidad, se adapten con facilidad a nuevas costumbres y entornos distintos, quieran conocer otras culturas, sean verdaderos representantes de la cultura y las costumbres de su país.

➤ **Universidad tecnológica Nacional (UTN)**

La Universidad Tecnológica Nacional (UTN), fue creada sobre las bases de la Universidad Obrera Nacional que se creó en Agosto de 1948 y estaba dirigida a los egresados con títulos de Técnicos de las Escuelas Industriales.

En el mes de Octubre de 1959 por Ley Nacional N°14.855 se la eleva a la categoría de Universidad Nacional.

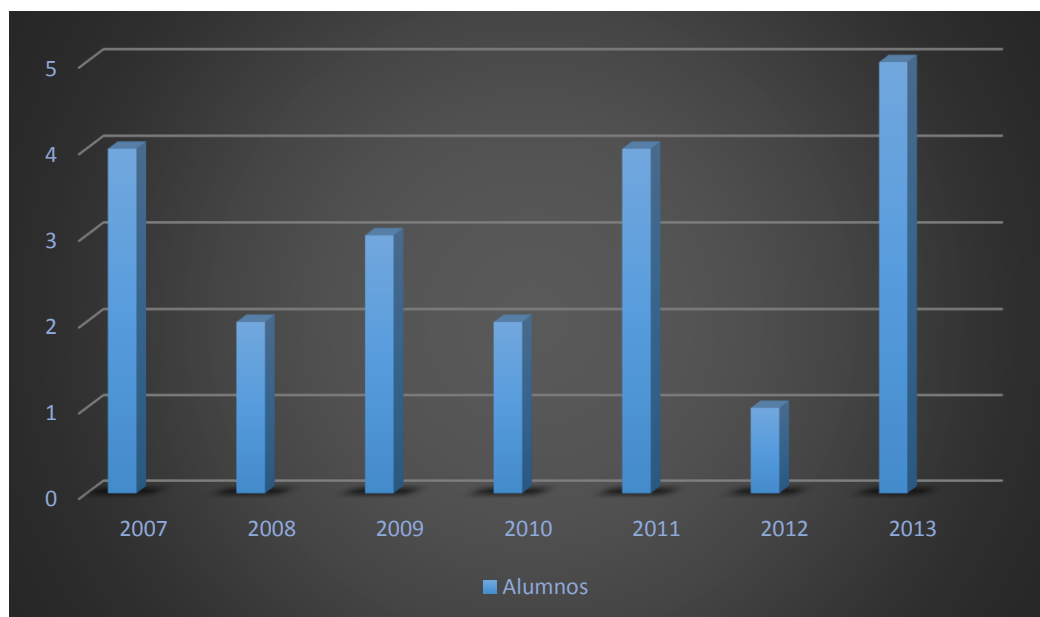
En la actualidad la UTN se distingue del sistema universitario nacional porque es la única que tiene a la ingeniería como objetivo prioritario y tiene carácter federal para abarcar todas las regiones de la Argentina.

En una entrevista realiza a la Directora Académica Leticia Santuch comentó que la universidad cuenta con información de alumnos extranjeros desde 1990 y sólo establece intercambios de alumnos con Estados Unidos y Brasil y la estadía promedio es de 15 a 20 días.

Afirma que, la mayoría de los alumnos llega por sus propios medios y son los hijos de argentinos que nacieron en el exterior los que eligen a la ciudad de Bahía Blanca para radicarse y estudiar toda la carrera en la UTN. Leticia opina que, la llegada de estudiantes internacionales brinda un aporte satisfactorio para los alumnos bahienses permitiendo el intercambio de cultura, conocimientos, aprendizajes y conocer otras realidades sin salir de su país. También comenta que resulta una experiencia muy enriquecedora en lo personal y profesional que todos los estudiantes puedan realizar una estadía en el exterior en algún momento de su carrera.

Figura 8

Movilidad de alumnos internacionales en la UTN en el período 2007-2013



Fuente: Alvarez, Solange 2015, en base a los datos del Departamento Académico de la UTN, 2014.

La Figura 8, muestra que son muy pocos los estudiantes que recibe la UTN por año para estudiar una carrera, llegando en el año 2013 a un máximo de 5 alumnos extranjeros. Los lugares de procedencia son en su mayoría países limítrofes (Chile, Bolivia, Paraguay, Uruguay) y europeos (España, Italia, Inglaterra); y las carreras que eligen son Ingeniería Electrónica, Civil y Licenciatura en Organización Industrial.

La Dirección de Relaciones Internacionales tiene como objetivo brindar información sobre los diversos programas de becas e intercambio para los integrantes de la comunidad universitaria (alumnos y docentes) que quieran realizar una estadía en el exterior. Ofrece Programas de intercambio con Alemania (UTN DAAD), Programas ARFITEC (Argentina Francia Ingenieros Tecnología) y el Programa IAESTE que consiste en brindar entrenamiento en instituciones, universidades y empresas extranjeras, a estudiantes que cursan carreras en el área técnica.

➤ AIESEC

Es una organización global, apolítica, sin fines de lucro formada por jóvenes profesionales, estudiantes y recién graduados de instituciones de educación superior. Las siglas significa: “Asociación internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas y

Comerciales”, aunque para ser miembro no es necesario estudiar una carrera relacionada a estas Ciencias.

Inició su desarrollo como organización en 1949 cuando con la participación de 88 estudiantes creó su primer Programa Internacional de Intercambios. Desde entonces, el intercambio internacional de jóvenes es una de las actividades centrales de la organización.

Con el paso de los años muchos países se vincularon a la red y AIESEC se tornó global, al estar presentes en todos los continentes. Actualmente es una de las plataformas internacionales para que los jóvenes puedan explorar y desarrollar su liderazgo, brindando más de 20.000 oportunidades de liderazgo, 16.000 intercambios internacionales, 470 eventos de capacitación y herramientas virtuales para construir y soportar redes de trabajo.

En Argentina, se creó en 1964 contando con siete sedes; una de ellas se encuentra en la ciudad de Bahía Blanca desde el año 2009.

Uno de los programas de intercambio que ofrece se llama **ciudadano global** que, ofrece una experiencia de trabajo voluntario internacional para desarrollar habilidades de emprendimiento, sensibilidad cultural y responsabilidad social mediante el desarrollo de un proyecto específico principalmente en ONGs.

También cuenta con Proyectos sociales, **coopARTE** nació en Bahía Blanca en el año 2011; debido al éxito del mismo se implementó a nivel regional.

El Programa está dirigido a Organizaciones No Gubernamentales de la ciudad que estén involucradas con niños en edad escolar. Desde la organización se propone realizar talleres de arte dictados por profesionales o estudiantes universitarios extranjeros, interesados y capacitados en diversas ramas de la educación.

Los intercambios de AIESEC tiene una duración de 9 a 12 semanas como máximo y la edad de los estudiantes es de 21 a 29 años.

➤ CONICET

El Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) fue creado por Decreto Ley N°1291 en 1958, para responder a la necesidad de estructurar un organismo académico que promoviera la investigación científica y tecnológica en el país. Este organismo desarrolla su actividad en cuatro áreas:

- Ciencias agrarias, ingenierías y de materiales
- Ciencias biológicas y de la salud
- Ciencias exactas y naturales
- Ciencias sociales y humanidades

El CONICET promueve el intercambio científico y tecnológico estimulando la cooperación con la comunidad científica internacional. Con este objetivo fomenta el vínculo para llevar a cabo proyectos de investigación con distintas instituciones académicas y científicas afines, tanto nacionales como internacionales que se dedican a la promoción de la ciencia y la tecnología, así como con otras organizaciones académicas y científicas de prestigio internacional. Esto lo hace a través de diferentes instrumentos:

- Programa de visitas científicas
- Programa de Cooperación Bilateral- Nivel I
- Programa de Cooperación Internacional- Nivel II
- Laboratorios internacionales asociados (LIA)
- Centros Internacionales de Investigación
- Grupos de Investigación Internacional (GII)
- Consorcios Internacionales
- Estadías de Investigadores y/o expertos extranjeros en Argentina

Estos proyectos se llevan adelante con más de 30 países e instituciones de renombre internacional.

3.1 UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR

Para realizar el estudio de caso se eligió a la Universidad Nacional del Sur porque de todos los tipos de movilidad que se realizan en las instituciones educativas de la ciudad de Bahía Blanca, el que mejor se adapta a la definición de “turismo educativo internacional” propuesto en el marco conceptual, es el que brinda esta universidad.

La movilidad internacional de estudiantes universitarios es la faceta más notoria de los procesos de internacionalización de la educación superior. El proceso de internacionalización comprende y se nutre de una gama de actividades muy amplia, que inciden de manera directa o indirecta en la circulación internacional de estudiantes. Una de esas actividades es la provisión de servicios de educación superior en el extranjero.

La internacionalización consiste en “*la integración de una dimensión internacional, intercultural y global en las funciones de docencia, investigación y servicio de una universidad*” (KNIGHT JANE, 2004:11 citado en LUCHILO, 2013:3).

De acuerdo a LUCHILO (2013):

“Para las universidades, la internacionalización de su cuerpo de estudiantes puede constituir una fuente de recursos importante, tanto en lo que se refiere a los ingresos por matrícula como a la disponibilidad de asistentes de docencia y la conformación de equipos de investigación en áreas en las que la oferta doméstica de estudiantes es insuficiente. Los contingentes de estudiantes internacionales tienen también un impacto positivo sobre la economía de las localidades en las que se radican. Para los estudiantes, los estudios en universidades extranjeras constituyen experiencias formativas relevantes, que les abren posibilidades de desarrollo profesional, prestigio e ingresos”. (LUCHILO, 2013:3).

3.1.1 Breve reseña histórica

En el año 1946, se crea el Instituto Tecnológico del Sur (ITS), a través de la provincial N°5051, iniciando sus actividades bajo la dependencia académica de la Universidad Nacional de La Plata. En 1948, el entonces presidente Juan D. Perón designó al Dr. Miguel López Francés como Rector. En 1955, luego de la caída del gobierno de Perón,

se iniciaron las gestiones ante el gobierno nacional para adquirir la condición de universidad nacional. En 1956, se resolvió la creación de la Universidad Nacional del Sur (UNS), mediante el decreto-ley N°154. Ese mismo año fue designado Rector el Profesor Vicente Fatone.

La nueva casa organizó su estructura académica por Departamentos, en lugar de las tradicionales Facultades. Estos tienen una estructura administrativa menor y permita la flexibilidad y transversalidad en el conocimiento. Así las unidades académicas no deben crear para sus carreras las materias que otras dictan para las suyas. Los primeros departamentos fueron: Contabilidad, Economía, Física, Geología y Geografía, Matemática, Ingeniería, Humanidades y Química.

3.1.2 Oferta Académica

La UNS ofrece a los estudiantes de Bahía Blanca, la zona y el extranjero 53 carreras de grado, las mismas son gratuitas y tiene una matrícula de 25.000 alumnos regulares. Se dividen en 16 departamentos académicos a cargo de 2500 docentes y tienen una duración de 3 a 6 años, las que se agrupan por Ingenierías, Licenciaturas, Profesorados, Tecnicaturas y 61 carreras de posgrado (21 Doctorados, 28 Maestrías y 12 Especializaciones) con un total de 207 inscriptos.

La modalidad de cursada de esta universidad es libre, aunque muchas materias que tienen trabajos prácticos, donde la cursada es obligatoria. Los alumnos disponen del material de estudio en las fotocopadoras de cada departamento, además de contar con una biblioteca central para consultar los libros en el lugar o mediante préstamos. También ofrece una sala de lectura abierta todo el año como lugar de estudio.

Para los profesionales que desean continuar con sus estudios, la UNS brinda **cursos de posgrado** para las diferentes carreras, con una duración máxima de 1 año y **carreras de posgrado** con una duración de 2 a 5 años; todas están acreditadas por la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU).

Idiomas

La UNS ofrece diferentes programas de idiomas gratuitos para todos los alumnos de grado y posgrado (inglés, chino, italiano, griego, francés y alemán), al finalizar se entrega un diploma con el nivel obtenido. Para realizar estos cursos la UNS cuenta con un edificio propio de idiomas en calle San Juan 645.

3.1.2.1 Subsecretaría de Relaciones Internacionales

La UNS es una institución autónoma y autárquica, cuyo gobierno es ejercido por un Rector, Vicerrector y el Presidente de la Asamblea Universitaria. En el organigrama existen diferentes secretarías entre las que se encuentra la **Secretaría General de Relaciones Institucionales y Planeamiento**, cuyo objetivo es fortalecer todas las actividades tendientes a mejorar la integración de la universidad tanto a nivel regional, nacional e internacional. A partir de esta secretaría se desprende la **Subsecretaría de Relaciones Internacionales (RRII)**.

Al igual que muchas universidades nacionales, ha iniciado un proceso de Internacionalización como estrategia para renovar y mejorar la calidad de la educación superior que supone la formulación y puesta en práctica de una política de apertura hacia el exterior en la que debe involucrarse toda la comunidad universitaria. Una de las iniciativas para lograr este objetivo; fue la creación de la Subsecretaria de Relaciones Internacionales en el año 2007 que tiene a su cargo promover:

- La movilidad de estudiantes, profesores, investigadores y administrativos.
- La participación en redes de carácter regional e internacional.
- La oferta educativa internacional.
- Las titulaciones conjuntas.
- Los acuerdos con instituciones de reconocido prestigio.
- Las investigaciones conjuntas con grupos extranjeros.
- La oferta de programas de enseñanza de idiomas y cultura locales.
- La internacionalización curricular.

Esta Subsecretaría brinda a los alumnos internacionales diferentes programas y cursos para facilitar la estadía de los mismos en la ciudad de Bahía Blanca:

Curso de español denominado “Spanish as a foreign language” (español como lengua extranjera), el cual consta de dos niveles (elemental e intermedio): el objetivo es desarrollar las competencias necesarias para interactuar en situaciones reales de comunicación de la vida cotidiana, del ámbito académico y laboral; además de integrar el aprendizaje de la lengua con el conocimiento de la historia y la cultura local. También se dictan clases de Cultura Argentina; tiene por objetivo ofrecer a todos los estudiantes internacionales, independiente de su lengua materna, una perspectiva amplia de distintas manifestaciones de la cultura y la sociedad argentina. Las clases son abiertas a los intereses de los alumnos; los temas que se proponen para estas clases son: literatura del siglo XX, cine y teatro, música y danza, pintura y artes gráficas, historia y geografía, sociedades y costumbres, personajes de la ciencia, el deporte y el arte, integración entre argentina y América Latina.

Certificado de español, lengua y uso (CELU): el cual acredita la capacidad que tiene un hablante de español como lengua extranjera para desempeñarse oralmente y por escrito en situaciones sociales, laborales o académicas.

EL CELU evalúa por igual a estudiantes que provienen de distintas lenguas maternas; cualquiera sea el curso o método que hayan elegido para estudiar español, este programa intenta probar cual es la capacidad de usar el idioma de manera efectiva a fin de interactuar en una comunidad que habla español.

Programa de alojamiento para estudiantes internacionales: consiste en ofrecer hospedaje a los estudiantes que llegan cada semestre a cambio del pago de un alquiler razonable.

Todos los años aumenta la cantidad de los alumnos internacionales que llegan a la UNS para cursar materias en carreras de grado y posgrado para quienes sólo se cuenta con algunas plazas en las casas del Barrio Universitario; las cuales no llegan a cubrir la demanda de estudiantes provenientes de todo el mundo. Este programa se creó para los miembros de la comunidad universitaria que estén interesados en ofrecer alojamiento a

los estudiantes a cambio del pago de un alquiler; favoreciendo una experiencia cultural, social y lingüística para ambas partes.

Programa Buddies: con el objetivo de fomentar el intercambio cultural; este programa consiste en designar a cada estudiante extranjero un compañero o amigo local para que lo ayude con las inquietudes sobre la ciudad, la universidad y también a integrarse con los demás estudiantes.

Programa Tándem: el cuál es una opción interesante y divertida para ejercitar y poner en práctica un idioma que se está aprendiendo o que alguna vez se aprendió porque ofrece la oportunidad de conversar con alguien cuya lengua materna es ese idioma. Hacer Tándem no sólo supone practicar un idioma, también le permite a los alumnos conocer otras costumbres y culturas, además de reconocer la propia, por medio de la mirada del otro.

3.1.2.1.1 Comisión Anfitriona de Alumnos Internacionales (CAAI)

Se creó en el año 2009; está formada por alumnos que han realizado una estancia académica en el exterior mediante Programas de Movilidad Estudiantil o Becas. Los objetivos de esta comisión son:

- Establecer contacto y orientar a los estudiantes internacionales previo a su llegada al país
- Coordinar el Programa “Buddies”
- Organizar actividades de tipo social, cultural, deportivo y recreativo
- Orientar a los estudiantes de la UNS seleccionados para participar en programas de Movilidad Estudiantil o Becas.

La CAAI también brinda ayuda y acompañamiento a los alumnos de intercambio durante su estadía para resolver problemas cotidianos, además de organizar fiestas y encuentros para lograr que los alumnos extranjeros disfruten de una estadía más satisfactoria y puedan integrarse con los estudiantes argentinos y formar parte de la comunidad bahiense por unos meses.

3.1.2.1.2 Programas de movilidad

JIMA: Programa de movilidad de un cuatrimestre a México para estudiantes de todas las carreras. Se realizan 2 convocatorias por año, en mayo y noviembre. Este programa posee reconocimiento académico. Se ofrecen 4 plazas por cuatrimestre. Requisitos Generales: Ser alumno regular de una carrera de grado, tener materias para cursar. Tener aprobado al menos el 40%. Ser menores de 30 años. No ocupar cargos docentes. Alcance de la beca: Financiamiento parcial del costo de traslado. Alojamiento y alimentación.

MACA: surge del convenio marco de cooperación firmado entre el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) de Argentina y la Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN). El Programa promueve el intercambio de estudiantes de grado, para fines académicos y con reconocimiento de estudios entre universidades de ambos países. Se realizan 2 convocatorias por año, en mayo y noviembre. Se ofrecen 3 plazas por cuatrimestre. Requisitos generales: Ser alumno regular de una carrera de grado, tener materias para cursar. Tener aprobado al menos el 50%. Ser menores de 30 años. No ocupar cargos docentes. Alcance de la beca: Financiamiento parcial del costo de traslado. Alojamiento y alimentación.

IAESTE: Programa de pasantías laborales en el exterior para alumnos avanzados y graduados recientes, de hasta 1 año y medio, de carreras técnicas.

Alcance de la beca: Financiamiento parcial del costo de traslado. Alojamiento y alimentación.

ARFITEC: Programa de cooperación Franco-Argentino para la formación de ingenieros. En el marco de los proyectos aprobados, se realizan movilizaciones de estudiantes de 1 o 2 semestres. Alcance de la beca: 600 euros por mes. 1000 euros para cubrir el pasaje. Incluye un curso intensivo de francés en la Alianza Francesa. Los proyectos aprobados se encuentran en ARFITEC Etat des projets sélectionnés pour 2011 et 2012.

MARCA (Mercosur): Programa para estudiantes de la carrera de Agronomía, Ingeniería Química e Ingeniería Electrónica. Se realiza una convocatoria por año en abril. Se ofrecen 3 plazas en Universidades del MERCOSUR (Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay, Uruguay, Venezuela) Con reconocimiento académico.

Alcance de la beca: Traslado aéreo, seguro, visa y manutención.

DAAD (Servicio Alemán de Intercambio Académico): Se otorga a aspirantes que ya están inscriptos en una carrera de doctorado en Argentina. También ofrece un curso de alemán.

ERNST MACH H (Fachhochschule): Destinada a estudiantes de master que quieran permanecer 1 o 2 semestres en una universidad en Austria.

ELAP (Programa de Líderes Emergentes en las Américas): Está destinado a proporcionar oportunidades de movilidad de corto plazo para el estudio o la investigación en Universidades Canadienses a estudiantes de grado y posgrado. La duración de las becas es de 5 a 6 meses. El monto de la misma cubre los gastos de visado, pasaje aéreo ida y vuelta, los libros requeridos, suministros y equipos.

ERASMUS MUNDUS: Es un marco de cooperación institucional en el ámbito de la educación superior de la Unión Europea y terceros países. Consiste en una serie de iniciativas de movilidad dirigida a estudiantes y a personal académico, con el objetivo de reforzar la formación de recursos humanos de las universidades nacionales en materia de estudio, docencia e investigación.

3.1.3 Demanda

De acuerdo con la definición de Gustavo Getino, la demanda turística es:

“...el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. De acuerdo con los principios y normas del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo. En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes...” (GETINO, 2005:257).

3.1.3.1 Perfil de la demanda

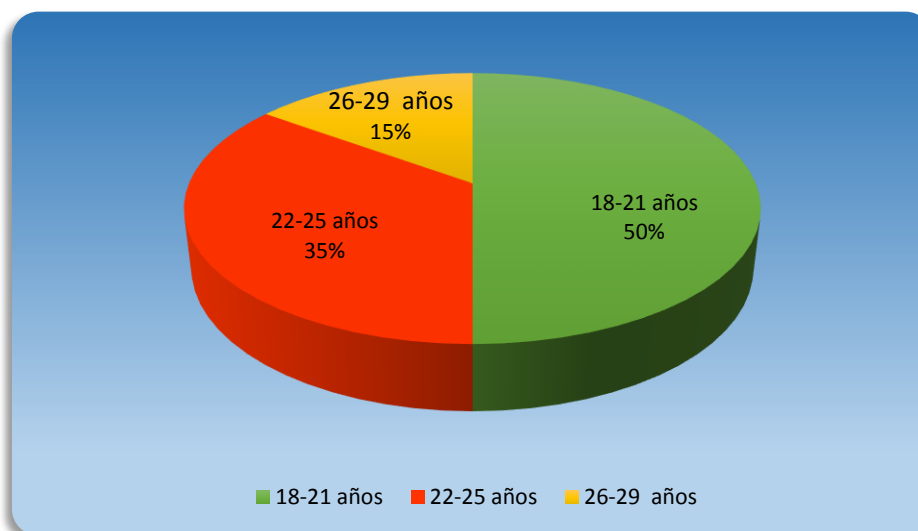
En base a los datos suministrados por la Subsecretaría de Relaciones Internacionales y las encuestas realizadas, fue posible identificar el perfil de los alumnos que llegan a la UNS.

Los datos muestran que, como resultado de las encuestas efectuadas a 40 alumnos internacionales, fue posible caracterizar la demanda teniendo en cuenta los siguientes indicadores:

- **Edad**
- **País de origen**
- **Estadía Promedio**
- **Imagen de Bahía Blanca**
- **Lugares visitados en Bahía Blanca**
- **Atención brindada por la comunidad**

Figura 9

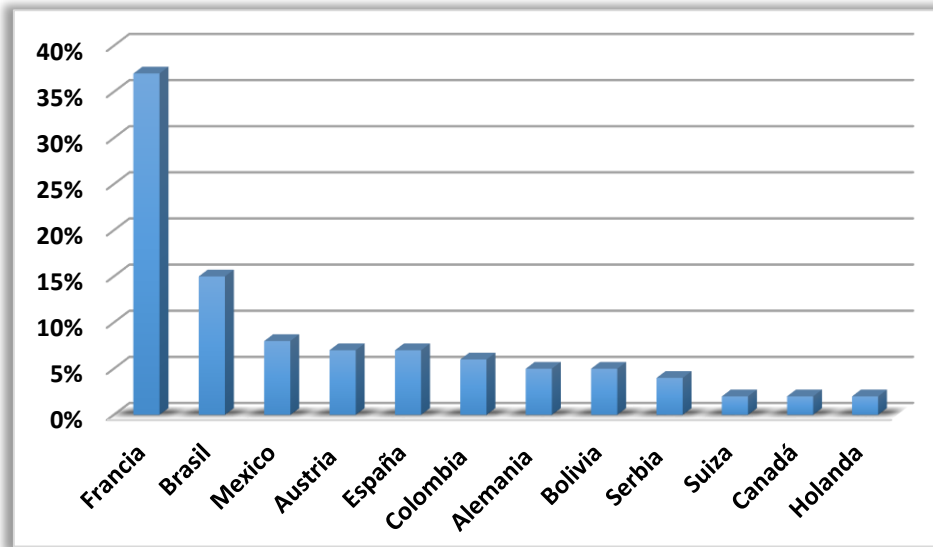
Edad de los alumnos internacionales



Fuente: Alvarez, Solange 2015, sobre la base de encuestas 2013.

Figura 10

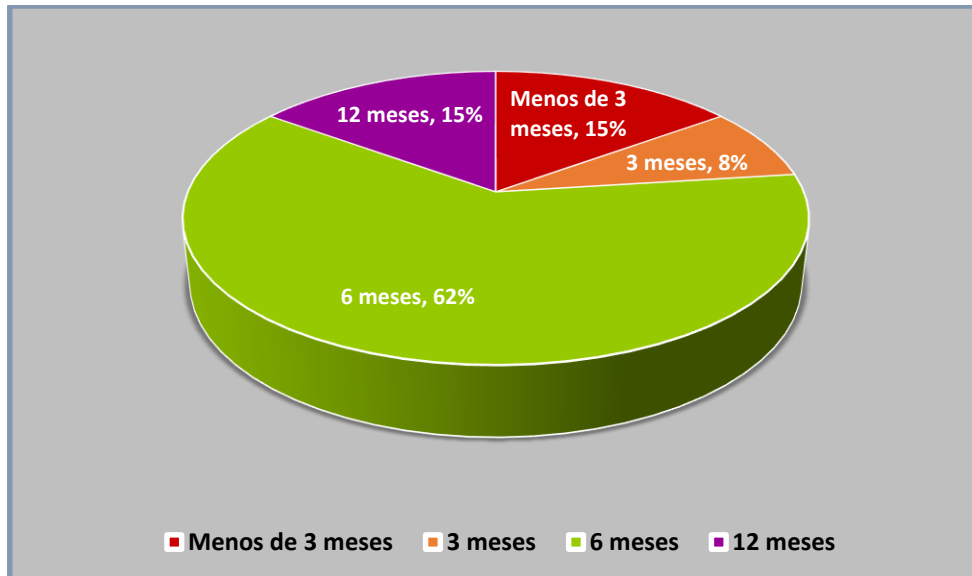
País de origen



Fuente: Alvarez, Solange 2015, sobre la base de encuestas 2013.

Figura 11

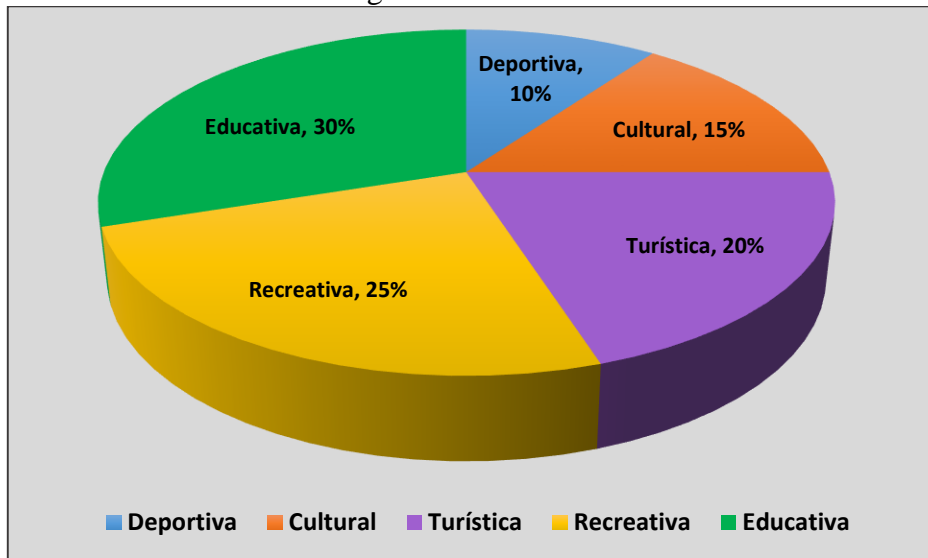
Estadía de los alumnos internacionales



Fuente: Alvarez, Solange 2015, sobre la base de encuestas 2013.

Figura 12

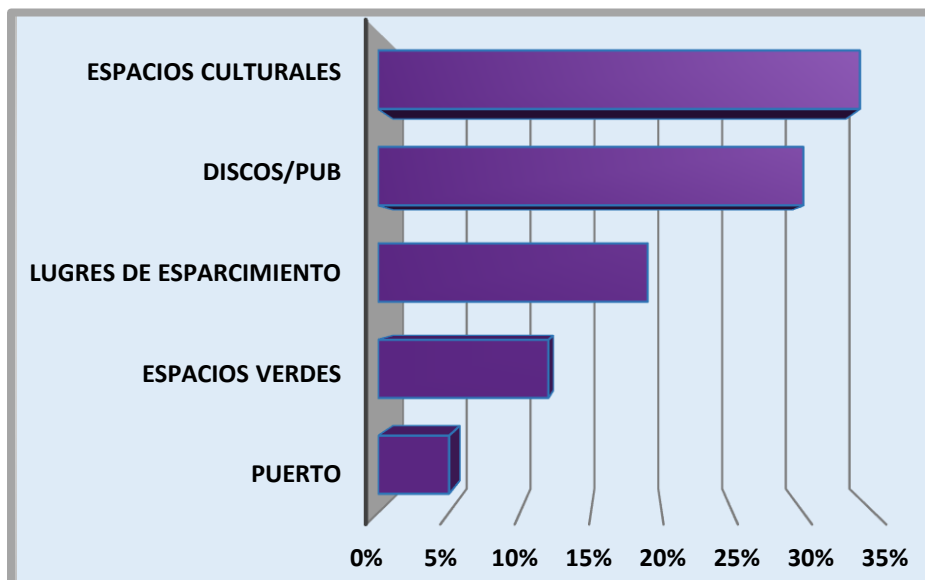
Imagen de Bahía Blanca



Fuente: Alvarez, Solange 2015, sobre la base de encuestas 2013.

Figura 13

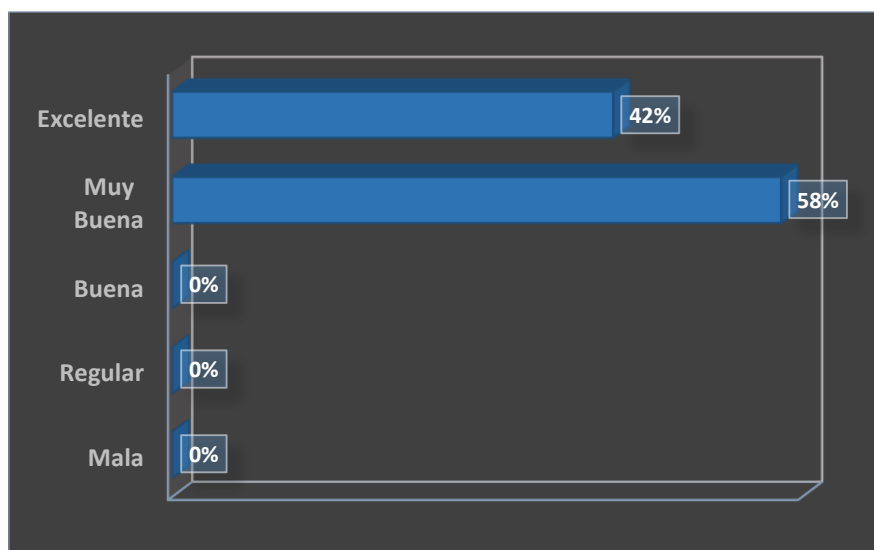
Lugares visitados en Bahía Blanca



Fuente: Alvarez, Solange 2015, sobre la base de encuestas 2013.

Figura 14

Calificación sobre la atención brindada por la comunidad bahiense a los estudiantes internacionales.



Fuente: Alvarez, Solange 2015, sobre la base de encuestas 2013.

En base a los resultados de las encuestas, en la Figura 9, se observa que los encuestados tienen entre 18 y 29 años, lo que indica que el rango etario es muy amplio. La edad promedio de los alumnos es de 18 a 21 años; lo que muestra el deseo por viajar desde la juventud y a edades más tempranas, además, algunas universidades europeas tienen como requisito que sus alumnos realicen viajes al exterior durante los primeros años del cursado de la carrera.

En la Figura 10, se observa el país de origen de los estudiantes, los cuales provienen de diferentes países del mundo; pero la mayoría de origen francés, por la cantidad de convenios que tiene con la UNS, de Brasil y México, por la proximidad con nuestro país y la similitud con el idioma.

La Figura 11, muestra el tiempo que permanecen los estudiantes en la ciudad, el mínimo es de 3 meses hasta 1 año, la estadía promedio es de 6 meses; coincidiendo con la duración de la mayoría de los convenios para poder cursar un cuatrimestre de la carrera elegida; los alumnos consideran que una estadía más breve no es suficiente para integrarse a la comunidad local. Esta movilidad de corto plazo es difícil de medir, debido a que, suele estar asociada a los acuerdos entre universidades para enviar y recibir estudiantes, lo que escapa a los mecanismos de captación de información nacional. Una manera de

aproximarse a la movilidad de corto plazo, es a través de la información proporcionada por las universidades de los países de origen.

La Figura 12, refleja la imagen que tenían de Bahía Blanca antes de llegar a la ciudad; las opciones que seleccionaron los estudiantes fueron: turística, cultural, deportiva, recreativa y educativa; la imagen educativa fue con la que más identificaron a la ciudad, por la información que encontraron en internet y los comentarios de compañeros que realizaron el viaje años anteriores.

Los lugares más visitados por los estudiantes fueron: espacios culturales; que incluye teatros, museos Figura 13. Lo que indica el interés por conocer la actividad cultural de la ciudad, la historia de la comunidad bahiense y sus formas de expresión cultural.

La figura 14 muestra como califican los estudiantes la atención brindada por toda la comunidad bahiense; la mayoría coinciden en que es excelente y muy buena; lo que demuestra la empatía y predisposición de los habitantes para recibir a los alumnos extranjeros y compartir la experiencia de conocer estudiantes con una cultura diferente.

Una de las preguntas abiertas, como lo muestra la Tabla 1 fue: ¿Cuál es la opinión que se formaron de la ciudad de Bahía Blanca?, hubo tantas respuestas como alumnos encuestados; por lo que se agruparon las mismas en opiniones positivas y negativas:

Tabla 1

Opinión de los estudiantes internacionales sobre la ciudad de Bahía Blanca

POSITIVO	NEGATIVO
CIUDAD TRANQUILA.	COSTUMBRES ARRAIGADAS.
UBICACIÓN DENTRO DEL PAÍS.	INEXISTENCIA DE ATRACTIVOS NATURALES.
VARIEDAD DE EVENTOS CULTURALES Y FIESTAS.	DIFERENCIA DE PRECIOS PARA LOS EXTRANJEROS.

RECEPCION DE LA POBLACIÓN LOCAL.	
CARACTERISTICAS CULTURALES.	

Fuente: Alvarez, Solange 2015, sobre la base de encuestas 2013.

Las opiniones positivas que se llevan los estudiantes de la ciudad son: ciudad tranquila, comparada con las capitales de provincia, donde el movimiento de personas y tránsito es mucho mayor; ubicación en el centro del país, lo que permite una mejor movilización hacia otros centros turísticos; variedad de eventos culturales y fiestas, que se realizan en Bahía Blanca y ciudades aledañas; recepción de la población local (explicado en la Figura 14); características culturales, referido a las características liberales de la sociedad argentina.

3.1.3.2 Entrevista a informantes claves

Se realizaron entrevistas a los responsables de distintas áreas de la universidad y del Municipio que tienen relación con los alumnos extranjeros:

La Traductora Laura Benedetti es la Subsecretaria del Departamento de Relaciones Internacionales de la UNS, comenzando sus actividades en el año 2007; el cual surgió a partir de una política de internacionalización de las universidades nacionales.

Durante el primer año, siete alumnos viajaron a la ciudad de Bahía Blanca y en el año 2014 esta cifra se multiplicó 90%; como resultado del trabajo de la Subsecretaría, además de los programas, convenios y cursos que se han incorporado.

Uno de los aspectos que destacan los estudiantes internacionales es la buena recepción, amabilidad y la posibilidad de formar grupos duraderos en la ciudad de Bahía Blanca. También resalta el interés de los estudiantes por conocer los pueblos cercanos a la ciudad.

En la entrevista realizada a la Traductora Mariela Starc; quien se encuentra a cargo de los cursos de español para extranjeros en la UNS. Comenta que los mismos comenzaron en el año 2009, son gratuitos y opcionales para los estudiantes. El primer año se comenzó con 8 alumnos en un curso único y en el segundo cuatrimestre de 2013 se registraron 25

alumnos entre los niveles I y II. Al finalizar el curso los alumnos logran un nivel intermedio (que corresponde al nivel B1, del Marco Común Europeo para las Lenguas).

Para cursar las materias de la UNS a los alumnos no se les exige que cuenten con cierto nivel de idioma español pero pueden realizar este curso si desean mejorarlo.

La mayoría de los alumnos proviene de Brasil, Francia, Alemania y Austria; pero también han participado alumnos de diferentes países del mundo.

Desde el año 2011 se dicta en paralelo el **Curso de Cultura Argentina** para todos los alumnos internacionales, incluidos los de habla hispana.

También se entrevistó a la Magister Silvina Elías; quien es la Secretaria Académica del Departamento de Economía de la UNS. El cual recibe la mayor cantidad de alumnos extranjeros (entre 5 y 12 alumnos por año); debido al número de convenios firmados entre este departamento y las universidades extranjeras.

A partir del año 1998 tienen registro de los primeros movimientos de alumnos internacionales y es uno de los primeros departamentos que comenzó con la movilidad de estudiantes.

La adaptación de los alumnos a la UNS depende del nivel de español que hayan adquirido. Los Cursos de español y Cultura Argentina son una buena opción para los extranjeros que llegan con un nivel básico de español.

Los estudiantes eligen Bahía Blanca porque es una ciudad de tamaño intermedio lo que les permite moverse con mayor libertad, seguridad y la experiencia transmitida de boca en boca por sus compañeros.

3.2 Marco Normativo

En el ámbito legal existen normas que regulan el cumplimiento del turismo, la educación y el ingreso de personas a nivel nacional, provincial y municipal.

Ley 24.521 de Educación Superior

Fue promulgada en 1995 y actualizada en el año 2006, están comprendidas dentro de esta ley las instituciones de formación superior, sean universitarias o no universitarias, nacionales, provinciales o municipales, tanto estatales como privadas, las cuales forman parte del Sistema Educativo Nacional regulado por la ley 24.195.

El Estado, quien tiene la responsabilidad indelegable en la prestación del servicio de educación superior de carácter público, reconoce y garantiza el derecho a cumplir con ese nivel de la enseñanza a todos aquellos que quieran hacerlo y cuenten con la formación y capacidad requeridas.

Deberá garantizar asimismo la accesibilidad al medio físico, servicios de interpretación y los apoyos técnicos necesarios y suficientes, para las personas con discapacidad.

La Educación Superior tiene por finalidad proporcionar formación científica, profesional, humanística y técnica en el más alto nivel, contribuir a la preservación de la cultura nacional, promover la generación y desarrollo del conocimiento en todas sus formas, y desarrollar las actitudes y valores que requiere la formación de personas responsables, con conciencia ética y solidaria, reflexivas, críticas, capaces de mejorar la calidad de vida, consolidar el respeto al medio ambiente, a las instituciones de la República y a la vigencia del orden democrático.

Ley Nacional de Turismo 25.997

Promulgada en el año 2005 declara de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país. La actividad turística resulta prioritaria dentro de las políticas de Estado.

El turismo receptivo es una actividad de exportación no tradicional para la generación de divisas, resultando la actividad privada una aliada estratégica del Estado.

La ley tiene por objeto el fomento, desarrollo, promoción y la regulación de la actividad turística y del recurso turismo mediante la determinación de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

Ley Provincial de Turismo 14.209

A través de la cual se declara de interés provincial al turismo. Los objetivos son similares a la ley Nacional pero aplicada en el ámbito provincial.

Ley de Migraciones 25.871

Promulgada en el año 2004, se aplica para la admisión, el ingreso, la permanencia y el egreso de personas. Considera como inmigrante: *“todo aquel extranjero que desee ingresar, transitar, residir o establecerse definitiva, temporaria o transitoriamente en el país”*.

Los objetivos son: fijar políticas y estrategias en materia migratoria, contribuir al enriquecimiento y fortalecimiento del tejido cultural y social del país, asegurar a toda persona que solicite el trámite de admisión en nuestro país.

3.3 Actores sociales

A continuación se mencionan los actores sociales involucrados en la temática del Turismo Educativo Internacional a nivel nacional, provincial y local; los cuales se desempeñan de manera eficiente en el área turística y educativa.

Actores públicos

❖ Esfera Nacional

- Instituto de Promoción turística (INPROTUR)

La ley de turismo 25.997, contempla la creación del Instituto Nacional de Promoción Turística con el fin que se constituya en el organismo responsable de la **promoción turística internacional** de la Argentina. El mismo tiene como misión posicionar al país como destino turístico internacional en los mercados emisores.

Sus funciones son:

- ❑ Diseñar y ejecutar los planes, programas y acciones en materia de promoción turística internacional.
 - ❑ Administrar los fondos para la promoción.
 - ❑ Investigar los mercados emisores internacionales y sus tendencias.
- Consejo Federal de Turismo (CFT)

La finalidad es examinar y pronunciarse sobre cuestiones referentes a la organización, coordinación, planificación, promoción, legislación y estrategias de las actividades turísticas de carácter federal.

- Ministerio de Educación de la Nación

Este Ministerio es el organismo, dependiente del Poder Ejecutivo Nacional que fija las políticas y estrategias educativas, conforme a los procedimientos que establece la Ley de Educación Nacional 26.206.

El Estado Nacional, las Provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, de manera concertada y concurrente, son los responsables de planificar, organizar, supervisar y financiar el sistema educativo nacional; debiendo garantizar el acceso a la educación en todos los niveles y modalidades, creando y administrando establecimientos educativos de gestión estatal. A su vez, el Estado Nacional crea y financia las Universidades Nacionales. A través de este Ministerio el gobierno creó una gran variedad de planes y programas para fomentar la educación en todos los niveles de manera gratuita y permitiendo la integración con otros países para promover el intercambio cultural y educativo.

El incentivo se realiza a través de becas, programas de formación, de intercambio, promoción del turismo educativo e idiomático y la creación específica de la **Secretaría de Políticas Universitarias**.

- Secretaria de políticas universitarias

Las principales actividades de esta Secretaría son: Coordinar los procesos de creación, modificación y supresión de Universidades Privadas o de unidades académicas menores, así como los trámites de autorización de planes de estudios en vinculación con la CONEAU. Presta asistencia técnica en sus áreas de incumbencia a las instituciones que

lo requieran. Elabora propuestas de cargas horarias mínimas, contenidos curriculares básicos y criterios de intensidad de la práctica profesional en las carreras que corresponda. Propone criterios para validez nacional de títulos y grados académicos y en su aplicación. Desempeña las funciones inherentes a la Secretaria Técnica del Consejo de Universidades.

- Consejo Interuniversitario Nacional (CIN)

Fue creado por Decreto del Presidente de la República Argentina, Dr. Raúl Alfonsín, el 20 de diciembre de 1985. El Consejo es una persona de derecho público no estatal que se sostiene, primordialmente, con los aportes que realizan sus miembros.

Durante sus primeros diez años de vida, nucleó, exclusivamente, a las universidades nacionales que, voluntariamente y en uso de su autonomía, se adhirieron a él como organismo coordinador de políticas universitarias. A partir de la sanción de la Ley de Educación Superior (1995), se han incorporado los institutos universitarios y las universidades provinciales reconocidas por la Nación.

El CIN tiene funciones, esencialmente, de coordinación de políticas universitarias y la promoción de políticas y actividades de interés para el sistema público de Educación Superior. Es, además, órgano de consulta obligada en la toma de decisiones de trascendencia para el sistema universitario.

❖ Esfera Provincial

- Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires.

❖ Esfera local

- Área de Turismo de Bahía Blanca dependiente del Instituto Cultural.
- Instituciones Educativas.

Actores privados

❖ Ámbito Nacional

- Cámara Argentina de Turismo (CAT)

Nuclea a las empresas que trabajan en el sector turístico: transportistas, alojamiento, restauración, agencias de viaje, etc. Busca representar, defender y promover el desarrollo de la industria de servicios turísticos de la Argentina en el país y en el extranjero, para lo cual agrupa a los diferentes sectores y estamentos que la componen respetando sus estructuras y objetivos propios y procurando promover la más estrecha colaboración entre los integrantes de la actividad turística, y ser su portavoz, emitiendo opinión sobre todas aquellas cuestiones concernientes a la actividad y política turística.

❖ **Ámbito local**

- Asociación de Profesionales de Turismo de Bahía Blanca (ASPROTUR).
- Consulados

Es la representación de la administración pública de un país en otro distinto, que colabora con sus propios nacionales. Se encarga de establecer pasaportes, partidas de nacimiento, ofrecer atención a los nacionales de un país en el exterior.

BRASIL Zapiola 185 – Tel.: 452-0505/ 454- 0599

DINAMARCA Y NORUEGA Av. Guido s-n (Ing. W hite) – Tel.: 4571535/1634/1755

FRANCIA Moreno 339 – Tel.: 455- 4525 / 456- 0501

CHILE Belgrano 505 – Tel.: 4531516-4550020-4516369

ESPAÑA Drago 44, 4º piso – Tel 4522549 – 4513330 – 4523347

ITALIA Av. Alem y Rodríguez – Tel.: 4544731-4516091-4545140 – Fax: 4551633

NORUEGA Guido s-n – Tel.: 4571634

COMITATO DEGLI ITALIANI ALL’ ESTERO – COM. IT. ES Rondeau 236 – Tel.: 451-7125

CASA DE ESPAÑA Lamadrid 450 – Tel.: 4543047

CAPITULO V:

Diagnóstico

4. Diagnóstico

4.1 De la oferta

Luego del análisis se puede constatar que la ciudad de Bahía Blanca cuenta con diversos atractivos que se pueden visitar durante todo el año entre los que se destacan museos y espacios culturales, que ofrecen exposiciones permanentes y temporales. También ofrece circuitos que recorren varios puntos de la ciudad; desde la plaza Rivadavia a través de visitas guiadas al puerto, barrios y parques, General Cerri y el centro histórico.

Importantes fiestas y eventos programados se realizan todos los años y completan la oferta cultural: la Fiesta del Camarón y el Langostino, la Fiesta de las Colectividades, la F.I.S.A, el Encuentro Nacional de Artesanos, la Fiesta Nacional del Básquet y espectáculos musicales de alto nivel

La accesibilidad y la infraestructura en transporte es muy buena y la ciudad cuenta con acceso terrestre, ferroviario, marítimo y aéreo.

Cuenta con una oferta complementaria por su cercanía con importantes atractivos turísticos de la zona y que no representan una competencia.

En lo que se refiere a la oferta educativa existen varias instituciones que realizan intercambios con estudiantes de otros países; para el estudio de caso se eligió a la Universidad Nacional del Sur ya que ofrece una excelente oferta académica de grado, posgrado, educación a distancia de alto nivel educativo, promoviendo también la investigación y capacitación de alumnos, docentes y no docentes lo que la ubica entre una de las más importantes a nivel nacional y regional. Además ofrece subsidios, becas, atención a la salud, alojamiento, comedor, actividades deportivas y recreativas a través de la Secretaría General de Bienestar Universitario y actividades culturales organizadas por la Secretaría General de Cultura y Extensión Universitaria.

La Subsecretaría de Relaciones Internacionales brinda a los alumnos internacionales diferentes programas y cursos para facilitar su estadía en la ciudad de Bahía Blanca, además ofrece programas de movilidad para alumnos y profesores de la UNS.

4.2 De la demanda

El perfil de los estudiantes internacionales que arriban a la ciudad de Bahía Blanca, en su mayoría pertenece al grupo etario de 18 a 21 años, cuando comienzan sus estudios universitarios. La estadía promedio es de 6 a 12 meses, durante el cual pueden realizar todos los circuitos que ofrece la ciudad y también visitar ciudades de la región y otras provincias en su tiempo libre. Los estudiantes proviene principalmente de Europa; Francia es el país que emite mayor cantidad de alumnos, debido a la cantidad de convenios que tiene con la UNS y además los estudiantes franceses tienen incorporados en los planes de estudio realizar viajes al exterior; otros provienen de Brasil, México por la cercanía y la similitud cultural con nuestro país.

Una característica importante de estos turistas es que consumen diferentes tipos de turismo porque buscan satisfacer conocimientos, experiencias y encuentros.

Todos los estudiantes buscaron información de la ciudad antes de realizar su viaje y la mayoría lo hizo a través de internet; que significaría un canal para promocionar el turismo educativo internacional.

4.3 De la normativa

A nivel nacional existe una legislación importante para el turismo internacional, fomentando el turismo receptivo y la ley de migraciones; que propician la llegada de turistas extranjeros; también existe una legislación nacional que fomenta la educación en todos sus niveles y a partir de los procesos de internacionalización de las universidades se desarrollan los programas de movilidad, aumentando el desplazamiento de estudiantes por todo el mundo. En este sentido el Turismo Educativo Internacional cuenta con el marco legal para poder desarrollarse en cualquier esfera del país.

4.4 De los actores sociales

La investigación revela que en la ciudad de Bahía Blanca existen actores públicos y privados a nivel nacional, provincial y local que le dan un marco a la actividad turística.

A nivel nacional, se observa una interacción entre los actores involucrados. El gobierno a través del Ministerio de Educación brinda un gran impulso a la educación, con la implementación de programas que se desarrollan en las Secretarías de Relaciones Internacionales de las universidades y permiten la movilidad estudiantil.

Desde el Ministerio de Turismo se generan políticas de gran apoyo al sector como la incorporación de fines de semanas largos en el calendario de feriados nacionales, la propaganda de los destinos con una oficina móvil, programas de televisión mostrando los destinos del país, fomento al turismo idiomático desde la página web de la Nación.

En la esfera local también existen actores públicos y privados que intervienen en el sector turístico y educativo pero la interacción entre ellos es inexistente.

El área de Turismo de Bahía Blanca no cuenta con una estrategia concreta para este tipo de turismo y de manera independiente la UNS tiene una oferta de alto nivel para el turismo educativo internacional. Para lograr el crecimiento de dicho turismo es necesario que se genere un trabajo de cooperación entre estos actores.

4.5 Matriz F.O.D.A

Para finalizar el diagnóstico, se presenta la matriz F.O.D.A; es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio. Se realiza un diagnóstico Interno: Fortalezas (factores positivos) y Debilidades (factores negativos) y un diagnóstico Externo: Oportunidades (positivo) y Amenazas (negativos).

FORTALEZAS

- ❖ Ciudad soporte con un importante centro administrativo, comercial, financiero, industrial, de servicios y salud en el sudoeste bonaerense.
- ❖ Importante nodo de transporte y comunicaciones terrestre, marítima, ferroviaria y aeroportuaria que la vinculan a nivel regional e internacional.
- ❖ Ubicación estratégica en el centro del país.
- ❖ Densidad media de población de 300.000 habitantes.
- ❖ Presencia de atractivos turísticos a nivel regional.

- ❖ Elevado número de acontecimientos programados, eventos sociales, culturales y deportivos.
- ❖ Buenas condiciones climáticas durante todo el año, lo que permite el desarrollo de la actividad turística durante todo el año.
- ❖ Percepción positiva por parte de la comunidad hacia los estudiantes internacionales.
- ❖ Presencia de sede de consulados en la ciudad.
- ❖ Amplia oferta educativa terciaria y universitaria en la ciudad.
- ❖ Universidad de reconocido prestigio nacional e internacional, consolidada como polo educativo del Sudoeste de la provincia de Buenos Aires.
- ❖ Identificación con código QR a edificios y monumentos emblemáticos de la ciudad.

OPORTUNIDADES

- ❖ Tipo de cambio favorable al turismo receptivo.
- ❖ Crecimiento a nivel mundial del turismo joven e internacional.
- ❖ Cambio en las motivaciones de los turistas, con tendencia hacia el turismo cultural y vivir nuevas experiencias en otros países.
- ❖ Duración promedio de la estadía de 6 meses, superior a la estadía de otros tipos de turistas que llegan a la ciudad.
- ❖ Desarrollo del turismo educativo internacional durante todo el año, eliminando la estacionalidad de la demanda.
- ❖ Promoción a nivel nacional del turismo internacional y estudiantil.
- ❖ Promoción de “boca en boca” por parte de los estudiantes internacionales que llegan a la ciudad.
- ❖ Llegada de familiares y amigos de los estudiantes internacionales.
- ❖ El PEETS incluye dentro de los productos turísticos del país al Turismo idiomático y educativo.
- ❖ Ley Nacional de Turismo.
- ❖ Programa de promoción para estudiar en Universidades Argentinas por parte del estado nacional.

- ❖ Participación de las universidades argentinas en Ferias Internacionales para generar intercambios con otros países.

DEBILIDADES

- ❖ Ausencia de una política pública diferenciada para el Turismo Educativo Internacional.
- ❖ Desarticulación entre los actores del sector turístico, lo que genera una falta de cooperación e integración para fomentar el turismo educativo internacional.
- ❖ Inexistencia de folletería específica de la ciudad como destino de Turismo Educativo Internacional.
- ❖ Falta de recursos económicos para atraer a estudiantes internacionales.
- ❖ Existen pocas agencias de viaje local que realicen turismo receptivo para ofrecer excursiones a los estudiantes internacionales.
- ❖ Conexiones aéreas escasas desde Bahía Blanca hacia el resto de los puntos turísticos del país.
- ❖ Alojamiento tipo hostel o residencias insuficientes para los estudiantes internacionales, donde puedan vivir su experiencia con otros jóvenes y reducir costos.

AMENAZAS

- ❖ Crisis económica mundial.
- ❖ Competencia de otros destinos más avanzados en turismo educativo internacional como Buenos Aires.
- ❖ Situación social de inseguridad en la ciudad.
- ❖ Desarrollo de la oferta en otros países de habla hispana de la región.

CAPITULO VI

5. Propuestas

Luego de desarrollar la investigación se observa que la ciudad cuenta con la infraestructura y servicios adecuados, junto a una oferta de atractivos naturales en un radio de 200 km, para recibir a los estudiantes internacionales. Además de la oferta académica de la Universidad Nacional del Sur existen otras instituciones y organismos que brindan este servicio en la ciudad de Bahía Blanca.

Con respecto al sector público no existe una oferta concreta para promocionar a la ciudad de Bahía Blanca como destino de Turismo Educativo Internacional. La propuesta de este trabajo es realizar una promoción adecuada desde el área de Turismo para fomentar este tipo de turismo que genera beneficios económicos, sociales y culturales en las comunidades receptoras y para que los estudiantes internacionales tengan información precisa y correcta sobre la ciudad en la que van a realizar sus estudios.

También se considera necesario establecer una asociación entre el Municipio y la Universidad para promocionar de manera conjunta y más efectiva el turismo y la educación en la ciudad de Bahía Blanca.

Programa: Marketing y comunicación del Turismo Educativo Internacional

Proyecto 1: Promocionar esta modalidad de turismo en el sitio web de la Municipalidad de Bahía Blanca

Bahía Blanca centro de Turismo Educativo Internacional.

Objetivo: Difundir el Turismo Educativo Internacional a través de los canales de comunicación del estado y lograr una participación conjunta con la Universidad.

Actores involucrados:

Públicos: Área de Turismo de Bahía Blanca

Universidad Nacional del Sur

Comunidad

Desarrollo: Incorporar en el sitio web de turismo de la municipalidad de Bahía Blanca un ícono o pestaña para el Turismo Educativo Internacional; para una mejor visualización se debe agregar un video con el testimonio de alumnos que realizaron su estadía en la ciudad, relatando su experiencia educativa y personal, agregar un enlace con el sitio web de la Universidad y con los atractivos de la zona para que puedan obtener toda la información desde un solo lugar, incorporar imágenes de las principales instituciones educativas y atractivos de interés para los estudiantes: espacios verdes, puerto, museos, fiestas programadas, reserva natural de usos múltiples, lugares de recreación y esparcimiento.

Foto 6
Entrevista a una alumna internacional.



Fuente: www.turismo.gov.ar

Proyecto 2: Elaborar circuitos programados para las festividades que se realizan en la ciudad y la región, con la participación de guías locales y alumnos de la carrera de la Licenciatura en turismo de la Universidad Nacional del Sur.

Proyecto 3: Crear una guía turística para alumnos internacionales en idioma español, inglés y portugués.

Proyecto 4: “Información nube”. La cual permite a los visitantes que llegan a la ciudad acceder a la información turística las 24 hs, de forma simple e intuitiva con sus dispositivos electrónicos (teléfonos, tablets, etc.). Toda la información disponible en la nube puede ser “bajada” a estos dispositivos de manera gratuita.

La “nube de información” es una zona de cobertura que permite la distribución inalámbrica de contenidos de interés turístico. Para ello el usuario debe estar próximo (en un radio de unos cientos de metros) a la señal; ejemplo: Plaza Rivadavia, Terminal de Ómnibus.

Para el uso de la “nube” no se requiere de internet, toda la información está almacenada en el sistema y es enviada a los dispositivos y visualizada por los usuarios en cualquier navegador web, solo se necesita tecnología wi-fi.

Los contenidos que puede ofrecer la nube son: planos de la ciudad; actividades culturales, deportivas y recreativas; audio guías; folletos; oferta hotelera y gastronómica; videos de interés; postales.

Foto 7

Zona “nube de información” en la Plaza Rivadavia



Fuente: www.bahiablanca.gov.ar

Programa: Cooperación entre agentes públicos.

De esta forma se podría intensificar los acuerdos de colaboración entre instituciones argentinas y extranjeras para aumentar la llegada de alumnos internacionales. También se deben apoyar los proyectos que favorezcan el establecimiento de redes de trabajo y cooperación entre el municipio y la universidad.

Los asuntos sobre cooperación educativa han dejado de ser un discurso inicial para transformarse en una realidad constante, en la que se ven involucrados tanto instituciones educativas como organismos nacionales e internacionales y aparatos políticos y gubernamentales específicos, lo que demuestra la importancia de la cooperación en el mundo de hoy. Es por esta razón que la cooperación se expresa en acuerdos locales, regionales e internacionales, y en mecanismos de trabajo conjunto que poseen objetivos y metas específicas por cumplir.

La cooperación es tanto un reto y una oportunidad para las instituciones involucradas. Un reto porque implica la gestión y movilización de recursos humanos y financieros, una disposición para la colaboración interinstitucional e intergubernamental, una apertura en materia de trabajo académico, aprender de los otros para enriquecer la labor ya desarrollada; por lo tanto resulta indispensable por parte de los actores académicos y políticos una apertura hacia la reflexión y el cambio.

La cooperación es también una oportunidad para convivir con formas de trabajo académico y formación profesional diferente y exitosa y aprender de ellas. Asimismo es una oportunidad para acercar culturas, estilos de vida y lenguajes, e intercambiar resultados de investigaciones, conocimientos e información relevante, así como para ampliar la visión de los estudiantes a través del contacto con expresiones diversas de la realidad mundial en la que se encuentran. Además si se les da el tratamiento adecuado, los proyectos de movilidad estudiantil pueden convertirse en herramientas que, además de contribuir en la formación de profesionales altamente calificados, serían de gran utilidad para la conformación de sociedades más tolerantes, respetuosas y justas.

Proyecto1: Organizar un Congreso Nacional de Turismo Educativo Internacional en la ciudad de Bahía Blanca.

Actores involucrados:

Públicos: Instituciones educativas nacionales que reciban estudiantes internacionales.
Municipalidad de Bahía Blanca.
Municipios de otras ciudades.

Objetivo: Generar un intercambio educativo y cultural entre los estudiantes internacionales y nacionales.

Desarrollo: Organizar un Congreso Nacional en las instalaciones universitarias o municipales; donde se pueden programar encuentros sobre temas sociales, culturales, educativos, económicos, festivos y tradicionales del país de origen de cada estudiante internacional; los profesores y autoridades de todas las instituciones participantes pueden realizar encuentros para debatir las medidas que están aplicando para el desarrollo del Turismo Educativo Internacional.

Foto 8
Congreso nacional en Bahía Blanca



Fuente: www.bahia blanca.gov.ar

Proyecto 2: Creación de una oficina de turismo móvil que se desplace a otros países cuando se realicen eventos de turismo internacional para promocionar la ciudad y el turismo educativo internacional; en los stands pueden colaborar estudiantes de la carrera de la Licenciatura en Turismo; para que puedan participar de una experiencia educativa en el exterior y enriquecer su formación académica, acercar culturas, estilos de vida y lenguajes.

Foto 9
Oficina de turismo móvil



Fuente: www.turismo.gov.ar

Proyecto 3: Organizar talleres destinados a la comunidad educativa y la sociedad bahiense para dar a conocer esta nueva modalidad de turismo, para que la sociedad se sienta partícipe de estos proyectos y conozca los beneficios del turismo internacional.

Foto 10
Talleres informativos para la comunidad



Fuente: www.bahia blanca.gov.ar

6. CONCLUSIONES FINALES:

Entre los años 2000 y 2010, el turismo joven creció desde los 136 millones de viajes internacionales hasta los 187 millones, representando ya el 20% del turismo global, según la Organización Mundial del Turismo (OMT). Este segmento ha crecido a un ritmo más rápido que el conjunto del turismo global. El mercado joven representa una gran oportunidad para el futuro crecimiento del sector turístico. Con un desarrollo efectivo y campañas de marketing específicas, el potencial de este segmento podría incrementarse aún más.

Esas campañas de marketing para público joven realizadas por empresas turísticas y destinos, tendrán que tener en cuenta un factor esencial: para los jóvenes, los viajes representan una forma de aprender, de conocer otras personas y culturas, de evolucionar profesionalmente y desarrollarse personalmente. En definitiva, remarca la OMT, el viaje forma parte de su identidad.

Existe un consenso generalizado sobre la importancia que tiene, en la formación de un graduado, la realización de una experiencia de movilidad internacional durante el desarrollo de su carrera. Este tipo de experiencias además de enriquecer la formación académica del estudiante, le muestra otras realidades con una marcada diversidad cultural, social y lingüística que fomentarán el desarrollo de nuevas aptitudes de integración y liderazgo en el futuro profesional universitario.

Bahía Blanca cuenta con una amplia oferta turística-recreativa la que incluye, turismo urbano, de congresos, cultural, rural, lugares de recreación, espacios verdes, reservas naturales, monumentos históricos nacionales, fiestas populares, salidas nocturnas, sumado a los servicios de alojamiento y restauración. Oferta que es consumida en su totalidad por los estudiantes internacionales debido a que quieren explorar al máximo lo que les brinda la ciudad receptora, para luego poder contar su experiencia entre familiares y amigos.

Luego de la investigación se puede afirmar la hipótesis: *“la ciudad de Bahía Blanca cuenta con los atributos necesarios para constituir un destino de turismo educativo internacional”*.

Frente a esta afirmación, los actores involucrados deben utilizar los programas de promoción que lleva adelante el gobierno nacional en las áreas de turismo y educación para expandir esta herramienta al nivel municipal y generar beneficios sociales y económicos en la población.

Las tendencias a un aumento de la movilidad estudiantil (y a otras modalidades de la internacionalización) van a seguir siendo importantes. Poco se puede intervenir sobre la propensión de los jóvenes a la movilidad (probablemente la tendencia más fuerte). En cambio, hay un espacio de acción pública e institucional para promover, regular y orientar la movilidad estudiantil de acuerdo con opciones políticas. Sin duda, se trata de un espacio en el que convergen muchos actores, en un contexto global competitivo. Desde esta perspectiva, el desafío para los gobiernos y las universidades es tratar de establecer estrategias realistas y bien articuladas.

El desarrollo de campañas de difusión, el trabajo conjunto de los actores involucrados, la participación de la comunidad universitaria y la sociedad permitirán que aumente la llegada de alumnos internacionales y lograr convertir a la ciudad de Bahía Blanca en un destino de Turismo educativo internacional.

7. BIBLIOGRAFÍA:

ACERENZA Miguel Ángel. *Política turística y planificación del turismo*. México: Trillas, 2006.

ALZUA SORZABL, A. *Reflexiones sobre turismo y jóvenes en Guipúzcoa 2000*. Gipuzcoa: Donostia, 2000.

ANUARIO DE ESTADÍSTICAS UNIVERSITARIAS. Departamento de Información Universitaria, de la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) del Ministerio de Educación de la Nación. Argentina, 2011.

ARENA, Lis. *Turismo de Negocios en Bahía Blanca: una propuesta para su fortalecimiento*. Tesina de grado Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, 2010.

AROCENA, Julia. *Gestión estratégica de un destino: Caso de estudio Bahía Blanca*. Tesis Master Gestión Turística para el desarrollo local y regional. Universidad de Barcelona. Inédito, 2007.

AVILA BERCIAL, Reyes y BARRADO TIMON, Diego. Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*. [En línea]. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid y ANTAR Taller de Estrategias Creativas, 2005, N° 15, <http://revistas.um.es/turismo/article/view/18541> [17 de Abril de 2015].

BARALO, M. "Enseñanza de español y turismo: las estancias lingüísticas", Mosaico. Ministerio de Educación y Consejería de Educación de Benelux, vol. 20, 2007, pp. 32-36.

BOULLON, Roberto. *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas, 1985. ISBN 968-24-3685-0.

BUCKLEY Roger, CAPLE, Jim. *La formación: teoría y práctica*. Madrid: Díaz de Santos, 1991.

CLARIN. En 5 años aumento un 67% la cantidad de estudiantes internacionales. Buenos Aires, 06/05/13, Sociedad, p.15.

CÓCERES, Claudia. “Encuentro Nacional de Turismo Cultural, II Encuentro Región Patagónica-NAyA/MRGL. Comisión de turismo educativo”. *Ciudad virtual de Antropología y Arqueología*. [En línea]. Argentina: NAYa, 2005, http://naya.org.ar/turismo/congreso2005/encuentro2005_mesa_turismo_educativo.htm [15 de Marzo de 2015].

DEL POZO, Olga. *El Proceso de urbanización y la degradación ambiental del ecosistema costero. Municipio de Monte Hermoso*. Tesis de Magister en gestión Ambiental del desarrollo urbano. Universidad Nacional el Sur, Bahía Blanca. Inédita, 2001.

FITTIPALDI, Rosa A; MIRA, Silvia G; ESPASA, Lorena C. “Movilidad de estudiantes de educación superior en el contexto de las migraciones contemporáneas. La experiencia de la Universidad Nacional del Sur”. *Revista Universitaria de geografía*. [En línea]. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur, junio de 2012, vol. XXI, n°1, pp. 113-136. ISSN 1852-4265. Disponible en: http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-42652012001100006. [10 de Septiembre de 2015].

FRESAN OROSCO, Magdalena. “Impacto del programa de movilidad académica en la formación integral de los alumnos”. *Revista Scielo*. [En línea]. México: Universidad de México, septiembre de 2009, vol. XXXVIII, n°151, http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0185-27602009000300008&lng=es&nrm=iso&tlng=es [26 de Noviembre de 2014].

FUSTER FERNÁNDEZ, Luis. *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Madrid: Editorial Alianza, 1989.

GARCIA, M.V; CABADA, J.L; BONILLA, M. “Turismo educativo. Education Travel. Prometedor segmento para la diversificación de la Oferta Turística de Costa Rica”. *Tecnitur*. Costa Rica: Revista oficial de la Asociación Costarricense de Profesionales del Turismo, 2005, vol.109, pp. 6-13.

GARCIA PALMA, Jonathan Jesús. “Movilidad estudiantil internacional y cooperación educativa en el nivel superior de educación”. *Revista Iberoamericana de educación* [En línea]. México: OEI, Abril 2013, n°61, http://www.rieoei.org/rie_revista.php?numero=rie61a04&titulo=Movilidad%20estudiantil%20internacional%20y%20cooperaci%F3n%20educativa%20en%20el%20nivel%20superior%20de%20educaci%F3n [19 de Enero de 2015].

GETINO Gustavo. *Turismo entre el ocio y el neg-ocio. Identidad cultural y desarrollo económico en América Latina y el Mercosur*. Buenos Aires: Ciccus, 2005.

GÓMEZ MARTIN, Belén, LÓPEZ PALOMEQUE, Francesc. *Regionalización turística del mundo*. España: Ediciones de la Universidad de Barcelona, 2002.

GUAGLIARDO, Matías C. *Integración de recursos turísticos municipales: El caso de Carhue y Rivera en el partido de Adolfo Alsina*. Tesina de grado Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca, 2013.

LEY NACIONAL N° 25.997. Ley Nacional de Turismo. Buenos Aires, Argentina. 2004

LEY NACIONAL N° 26.206. Ley de Educación Nacional. Buenos Aires, Argentina. 2006.

LUCHILO, Lucas. “Movilidad de estudiantes universitarios e internacionalización de la educación superior”. [documento en pdf] REDES - Centro de Estudios sobre Ciencia, Desarrollo y Educación Superior. *Revista CTS*, n° 7, vol. III Septiembre de 2006, pp. 105-133. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2378502> (consulta septiembre 2015)

Mc INTOSH Robert, GUPTA, Shashikant. *Turismo: administración, planeación y perspectivas*. México: Limusa, 1983.

MILLET, Olga Femenia. “La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing”. *Eumednet*. [En línea]. España: Universidad de Málaga, 2011, <http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=482050> [25 de Noviembre de 2014].

OMT. *Recomendaciones sobre estadísticas de turismo*. Nueva York, 1994.

OMT. *Introducción al Turismo*. Madrid, 1998.

OMT. *Panorama de OMT turismo internacional*, 2014.

ORTEGA, Inmaculada, RUIZ, Carlos. “El turismo idiomático: una oportunidad de desarrollo local para Córdoba”. *Revista de análisis turístico*. España: Universidad de Córdoba, 2011, n°12, pp. 51-61.

PAWLOWSKA, Ewa. *El turismo académico: origen e importancia*. Doctorado en Economía. Santiago de Compostela, España. Universidad de Santiago de Compostela, 2011.

PÉREZ, Paula D. *Potencialidad del turismo idiomático en Bahía Blanca*. Tesina de grado Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, 2011.

PLAN ESTRATEGICO BAHIA BLANCA. Municipalidad de Bahía Blanca. Bahía Blanca. 2000.

RICHARDS, Greg. *Alto's Global Directions in Language Travel, 2009*. Keizersgracht: WYSE Travel Confederation, 2009.

RIVEROS, Lucia, LUQUE, Gustavo. “Alumnos extranjeros en universidades argentinas”. *Cuadernos de investigación*. [En línea]. Córdoba: Universidad Nacional de Villa María, 13 de Octubre de 2009, vol III, <https://books.google.com.ar/books> [07 de Enero 2015].

RODRIGUEZ, Cecilia A. *Gestión Estratégica de un destino. La Comarca Serrana del partido de Torquinst. Provincia de Buenos Aires. Argentina*. Tesis Master en Gestión de Destinos Turísticos Locales. Universidad de Barcelona, 2007.

SAMPIERI HERNÁNDEZ, Roberto, FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos *et al. Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill, 2006. 4 ed. ISBN 970-10-5753-8.

SANTANA TALAVERA, Agustín. “Turismo cultural, culturas turísticas”. *Scielo*. [En línea]. Porto Alegre. Horizontes antropológicos, octubre 2003 vol.9, n°: 20, http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832003000200003&script=sci_arttext [15 de Septiembre de 2014].

SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACION, CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES. “Turismo 2016. Argentina Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable”, 2005.

SENET SÁNCHEZ, Joan María. “La evolución de la movilidad académica en Europa, en la perspectiva de la creación del espacio europeo de educación superior”. *Revista española de educación Comparada* [En línea]. España: Universidad de Valencia, 2007, n°13 <http://www.sc.ehu.es/sfwseec/reec/reec13/reec1314.pdf> [11 de Diciembre de 2014].

SIUFI, Gabriela. “Cooperación internacional e Internacionalización de la Educación Superior”. *Revista Educación y Sociedad*. [En línea]. Buenos Aires: Nueva Época, 2009, vol 14, n°1, http://www.academia.edu/3403231/Cooperaci%C3%B3n_internacional_e_internacionalizaci%C3%B3n_de_la_educaci%C3%B3n_superior [06 de Febrero de 2015].

SMITH, V. *Anfitriones e invitados*. Madrid: Ed. Endymion, 1992.

UNESCO. Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. Recomendación sobre la Educación para la Comprensión, la Cooperación y la Paz Internacionales y la Educación relativa a los Derechos Humanos y las Libertades Fundamentales. Paris, 1974.

VAQUERO, María del Carmen, PASCALE, Juan Carlos, ERCOLANI, Patricia. “Comunidad-Municipio-Universidad. Propuesta de desarrollo turístico”. *Aportes y transferencias*. [En línea]. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata, 2004, vol. I, año 8, <http://nulan.mdp.edu.ar/284/1/Apo2004a8v1pp75-88.pdf> [15 de Noviembre de 2014].

VALLS, Josep. *Las claves del mercado turístico. Cómo competir en el nuevo entorno*. Bilbao: Editorial Deusto, 1996.

SITIOS WEB VISITADOS:

http://www.servicios.uns.edu.ar/institucion/files/106_AV_44_4.pdf [23/11/2014]

<http://www.planetatierra.tur.ar/turismo-universitario-extranjero> [15/12/2014]

<http://estudiarenargentina.siu.edu.ar/> [04/10/2014]

<http://www.portaldelestudiante.gov.ar> [09/09/2014]

http://www.editores-srl.com.ar/conexpo/2010/bahia_blanca/caracteristicas_regionales [29/01/2015]

<http://hcdbahiablanca.gov.ar/index.php/concejales/proyectos/proyecto/3950/> [12/02/2015]

<http://ahgbahiablanca.org/feria-del-vino-bahia-entre-vinos-bodegas/> [07/03/2015]

http://www.servicios.uns.edu.ar/institucion/files/406_AV_32_1.pdf [11/04/2015]

http://www.uns.edu.ar/men_secuacad.asp [23/11/2014]

http://portal.educacion.gov.ar/consejo/files/2009/12/ley_de_educ_nac1.pdf [15/12/2014]

<http://portales.educacion.gov.ar/spu/cooperacion-internacional> [04/10/2014]

<http://www.fmmeduacion.com.ar/Sisteduc/Leyes/0leyes.htm> [09/09/2014]

<http://www.turismo.gov.ar/esp/institucional/ley/fsleys.htm> [29/01/2015]

http://www.turismo.gba.gov.ar/institucional/descargas/Ley_14209.pdf [12/02/2015]

<http://www.argentina.travel/es/page/static/inprotur> [07/03/2015]

<http://www.cft.gov.ar/institucional/estatuto-actual/> [11/04/2015]

<http://www.tornquist.gob.ar/turismo/donde-ir/tornquist.html> [17/03/2015]

<http://comunicacion.villarino.gov.ar/turismo> [16/04/2015]

http://www.servicios.uns.edu.ar/institucion/rep_noticias.asp?cod_entidad=406 [23/11/2014]

<http://www.sgp.gov.ar/contenidos/cci/boletin/boletin.html> [15/12/2014]

http://www.muncrosales.gov.ar/direccion_turismo_general.asp [07/03/2015]

<https://www.rotary.org/es> [16/08/2014]

<http://www.frbb.utn.edu.ar/frbb/index.php> [03/11/2014]

<http://www.aiesec.org.ar/> [15/12/2014]

<http://www.visitapehuenco.com.ar/info.htm> [29/01/2015]

<http://web.conicet.gov.ar/web/conicet.trabajar.investigacion/descripcion> [18/05/2015]

<http://www.wyseworkandvolunteer.org/> [17/02/2015]

<http://www.uis.unesco.org/Education/Pages/international-student-flow-viz.aspx>
[28/07/2014]

8. ANEXOS:

Encuesta a los alumnos internacionales

Su estadía en Bahía Blanca fue por:

- Elección
- Asignación
- Otros:

¿Cuánto tiempo permanecerá en Bahía Blanca?

¿Obtuvo información sobre Argentina antes de salir de su país de origen? *

- Si
- No
- Otros:

Si su respuesta es afirmativa, ¿Por qué medio? *

- Internet
- Medios gráficos
- Amigos
- Embajada
- Otros

¿Qué imagen tenía de Argentina antes de viajar?

- Turística
- Recreativa
- Educativa
- Positiva
- Negativa
- Otros:

¿Qué imagen tenía de Bahía Blanca?

- Turística
- Recreativa

- Educativa
- Positiva
- Negativa
- Otros:

¿Dónde se aloja? *

Si su respuesta es "otro" especificar cual

- Casas Universitarias
- Alquila departamento
- Programa de alojamiento
- Hotel
- Otros:

¿Qué provincias de la Argentina visitó durante su estadía?

Norte

Cuyo

Córdoba

Patagonia

Litoral

¿Por qué motivo eligió dichos lugares?

- Recomendación
- Económico
- Atractivo Natural
- Asistir a un evento/espectáculo
- Otros:

¿Qué imagen se lleva de los mismos?

1 2 3 4 5

Mala Excelente

¿Qué lugares visitó en Bahía Blanca?

- Puerto
- Teatros
- Museos
- Discos/Boliches
- Parque de Mayo
- Otros:

¿Qué ciudades del sudoeste de la provincia de Buenos Aires visitó? *

Si su respuesta es "Otros" especificar cual

- Sierra de la Ventana
- Monte Hermoso
- Pehuen-Co
- Carmén de Patagones
- Otros:

¿Cómo se organizaron los viajes de la pregunta anterior?

- Universidad
- Amigos
- Solo
- Agencia
- Otros:

¿Cómo se dividieron sus gastos? *

- Alojamiento
- Comida
- Suvenir
- Compras
- Viajes
- Diversión

Otros:

Cómo calificaría la atención brindada por los bahienses?

1 2 3 4 5

Mala Excelente
