



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA Y TURISMO

TESINA DE LICENCIATURA EN TURISMO

“El turismo estudiantil de nivel primario de la ciudad de Bahía Blanca”

Estudio de caso: Monte Hermoso

Tesista: Majo, María Florencia

Directora: Wojszko, María Celina

Co-directora: Elías, Silvina Renee

BAHÍA BLANCA 2024

Agradezco a mi familia por acompañarme siempre y por alentarme para que finalice mis estudios.

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 el camino y me enseñaron a crecer y creer que
todo es posible.

A Celina por aceptar ser mi Directora de Tesina, guiarme, brindarme todo su apoyo y conocimiento en
esta última etapa.

A todas las personas que colaboraron con información, entrevistas y con su valioso
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.

Y a Dios por acompañarme en cada paso que doy en la vida.

INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I: Abordaje Metodológico	6
1.1 Planteamiento del problema.....	6
1.2. Objetivos	8
1.2.1 Objetivo general	8
1.2.2. Objetivos específicos	8
1.3. Hipótesis	8
1.4. Metodología y técnicas para abordar la investigación	8
CAPÍTULO II: Marco de referencia	10
2.1. Marco conceptual	10
2.2. Turismo Estudiantil en un contexto mundial	11
2.2.1 Turismo estudiantil a nivel nacional	13
2.3. El Turismo estudiantil y las agencias de viajes	16
2.4. El Turismo estudiantil de nivel primario	19
2.5. Marco legal	22
CAPÍTULO III: Caracterización de Bahía Blanca	29
3.1. Localización y conectividad de Bahía Blanca	29
3.2. Breve caracterización socioeconómica	30
CAPÍTULO IV: Análisis de la oferta	32
4.1. Oferta actual de turismo estudiantil de nivel primario en Bahía Blanca	32

4.2. Destinos ofrecidos en Bahía Blanca, para realizar el viaje de egresados de primaria.....35

CAPÍTULO V: Análisis de la demanda38

5.1. Oferta educativa de escuelas primarias de la ciudad de Bahía Blanca.....38

5.2. Perfil del egresado de nivel primario de la ciudad de Bahía Blanca41

5.3. Factores influyentes en los padres de los egresados de nivel primario a la hora de contratar el viaje45

CAPÍTULO VI: Análisis de caso: Monte Hermoso51

6.1. Localización y accesibilidad51

6.1.2. Oferta turística de Monte Hermoso53

6.2. Propuestas ofrecidas en la ciudad de Monte Hermoso para los egresados/as del nivel primario56

CAPÍTULO VII: Diagnóstico y propuestas58

7.1. Matriz FODA58

7.2. Propuestas60

CAPÍTULO VIII: Consideraciones finales62

8.1. Consideraciones finales62

BIBLIOGRAFIA64

ANEXOS67

INTRODUCCIÓN

Los motivos para llevar a cabo un viaje pueden ser muy amplios y diversos; así como los integrantes de cada grupo que lo realizan. Los viajes de egresados son una pequeña parte de la gran movilidad de turistas que se produce cada año dentro del país.

El interés por profundizar en el turismo estudiantil y llevar a adelante mi tesina sobre ello, surge de una experiencia laboral y de observar que los estudios e investigaciones sobre este tema, al menos en la Universidad Nacional del Sur, son muy escasos. Desarrollarse profesionalmente en una agencia de viajes que se dedique al turismo estudiantil puede parecer fácil y por lo general se lo asocia con diversión, pero esa es tan solo una parte de las tareas diarias y de la responsabilidad que conlleva, ya que hay muchos aspectos que estudiar y comprender para llevar adelante esta actividad.

El objetivo principal de esta tesina es analizar el turismo estudiantil de nivel primario de la ciudad de Bahía Blanca. A su vez, se pretende conocer la oferta y la demanda existente para viajes de egresados (de primaria) de la ciudad de Bahía Blanca, así como investigar el marco legal que envuelve y regula al turismo estudiantil.

Considero que el siguiente trabajo de investigación va a ser un aporte para las agencias de turismo estudiantil que se dedican a comercializar viajes de egresados del nivel primario, ya que les permitirá a los organizadores conocer factores importantes sobre la oferta y demanda, en relación a los viajes de egresados del nivel primario. A su vez, será una fuente de información referida a los productos de turismo estudiantil que se ofrecen para viajes de egresados de primaria en la ciudad de Bahía Blanca, así como una fuente de consulta para aquellas familias que se enfrentan al dilema de elegir una empresa y un destino para el viaje de sus hijos/as.

CAPITULO I: ABORDAJE METODOLOGICO

1.1 Planteamiento del problema

La Organización Mundial del Turismo define al mismo de la siguiente manera:

“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 fines de ocio, negocios o por otros motivos.” (OMT, 1998: 46).

En base al concepto definido anteriormente, se pueden mencionar distintos tipos de turismo; como pueden ser turismo estudiantil, turismo de reuniones, turismo cultural, turismo deportivo, turismo de salud, etc. La presente investigación estará focalizada en el turismo estudiantil.

En el año 1991 en la conferencia de Ottawa, sobre Estadísticas de Viajes y Turismo, Eugenio Del Busto ha definido a esta clasificación del turismo como “El conjunto de actividades que llevan a cabo adolescentes y jóvenes, en el período de su formación educativa, consistente en la realización de viajes y estancias en lugares diferentes de su entorno habitual, por un tiempo inferior a un año, con la finalidad de satisfacer motivaciones de carácter cultural y de ocio.”

Con el paso del tiempo y el crecimiento del turismo, se han ido creando leyes que regulan la actividad turística que involucra a los estudiantes. La definición de turismo estudiantil, según la Ley Nacional del Turismo Estudiantil N° 25.599, incluye los viajes de egresados y los viajes de estudio; siendo los primeros aquellas actividades turísticas realizadas con el objeto de celebrar la finalización de un nivel educativo o carrera, donde los directivos y el cuerpo docente no tienen intervención ni tampoco responsabilidad alguna, ya que son los padres y las agencias autorizadas para operar turismo estudiantil las que celebran los respectivos contratos. Los viajes de estudio, en cambio, son actividades formativas integradas a la propuesta curricular de las escuelas, organizadas y supervisadas por las autoridades y docentes del respectivo establecimiento.

La modalidad referida al “viaje de egresados” es la que sin lugar a dudas ha concentrado la mayor atención, debido a la importancia que fue adquiriendo el turismo estudiantil a través de los viajes de egresados de fin de curso, los cuales a partir de la década del '70 se convirtieron en una constante cada vez más masiva.

En la actualidad, los viajes de egresados constituyen una parte importante de la gran movilidad de turistas que se produce año a año dentro del país, siendo dos, los viajes que realizan los estudiantes; el primero durante el último año de la escuela primaria y el segundo durante el último año de la escuela secundaria.

Si bien existe un marco legal y una normativa que envuelve al turismo estudiantil, son pocos los estudios realizados sobre viajes de egresados de primaria, no hay un estudio de mercado, ni un conocimiento real sobre el perfil de la demanda de este tipo de viajes, así como tampoco sobre los aspectos a tener en cuenta para comprender esta actividad, o la oferta existente.

En la ciudad de Bahía Blanca existe una gran cantidad de agencias de viajes, siendo sólo tres de ellas, las que cuentan con el Certificado Nacional de Turismo Estudiantil, previsto por la ley 25.599 como requisito ineludible para llevar adelante la comercialización de viajes de egresados; sin embargo, tan solo dos de ellas se dedican a comercializar viajes de egresados de nivel primario.

Para llevar a cabo la realización de los viajes de egresados primaria, es necesario contar por un lado con oferta de turismo estudiantil (agencias habilitadas para comercializar esta modalidad de viaje), infraestructura de apoyo (terminal de ómnibus, rutas accesibles, destinos próximos) y demanda (estudiantes de nivel primario).

En relación a lo descripto anteriormente, se puede observar que Bahía Blanca presenta una gran potencialidad en relación al turismo estudiantil debido a la gran cantidad de alumnos y alumnas; la cercanía a diferentes destinos y los componentes necesarios para llevarlo a cabo, situación que no estaría siendo aprovechada al máximo.

La presente investigación tiene como objetivo analizar e investigar sobre el turismo estudiantil de nivel primario en la ciudad de Bahía Blanca.

Además, esta investigación pretende describir los atributos que presenta la ciudad de Monte Hermoso para llevar a cabo el viaje de egresados en la primaria, siendo un destino ideal para el desarrollo del mercado existente hoy en Bahía Blanca.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Analizar el turismo estudiantil de nivel primario de la ciudad de Bahía Blanca.

1.2.2. Objetivos específicos

- Conocer la oferta existente para viajes de egresados (de primaria) de la ciudad de Bahía Blanca.
- Conocer el perfil de los egresados del nivel primario de las escuelas de la ciudad de Bahía Blanca.
- Investigar el marco legal que envuelve y regula al turismo estudiantil.
- Describir a la ciudad de Monte Hermoso como destino para los alumnos egresados de primaria.
- Elaborar propuestas para alumnos/as de las escuelas primarias de la ciudad de Bahía Blanca, con el fin de fomentar la realización de los viajes de egresados del nivel primario.

1.3. Hipótesis.

H1 - La información sobre los viajes de egresados del nivel primario de alumnos/as de Bahía Blanca, es escasa.

H2 - La ciudad balnearia de Monte Hermoso es un destino ideal para la realización de los viajes de egresados de los alumnos/as de las escuelas de nivel primario de la ciudad de Bahía Blanca.

1.4. Metodología y técnicas para abordar la investigación

Se comienza con una revisión sobre la bibliografía específica existente en el tema, que permite interiorizarse sobre los conocimientos existentes dentro del ámbito objeto de estudio y también informarse de las investigaciones previamente realizadas.

En cuanto a la metodología empleada, se trata de una investigación con un enfoque mixto, resultado de la aplicación de técnicas cualitativas y cuantitativas. Esta combinación ofrece una

multiplicidad de observaciones ya que se consideran diversas fuentes y tipos de datos, contextos o ambientes y análisis (Hernández Sampieri et al., 2014)

Por otro lado, es una investigación exploratoria, ya que el objetivo es examinar un tema o problema poco estudiado, o que no ha sido abordado antes. La investigación exploratoria “es el diseño de investigación que tiene como objetivo primario facilitar una mayor penetración y comprensión del problema que enfrenta el investigador” (Malhotra,1997:87). Además la investigación es de tipo descriptiva, ya que se requiere información del área de estudio. La investigación descriptiva, es el tipo de investigación que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características del problema del cual se trata. El proceso de investigación se apoya en fuentes de información primarias y secundarias. En relación con las últimas, se recurre a libros, artículos científicos, tesis académicas de grado y posgrado, informes técnicos e información en línea.

Para la recolección de datos, se realizan encuestas a padres y madres de alumnos de escuelas públicas y privadas de la ciudad de Bahía Blanca, que hayan finalizado la primaria en el año 2021 y 2022. Con el objetivo de conocer los factores que influyen en ellos a la hora de elegir el destino y la empresa para el viaje de egresados de sus hijos/as.

Además, se llevan a cabo encuestas a alumnos/as egresados de la escuela primaria en 2021 y 2022 para poder conocer sus motivaciones y aspectos en relación al viaje de egresados.

La información obtenida a partir de las encuestas realizadas se procesa para luego analizar su contenido y conocer en detalle las características particulares en cada caso.

Adicionalmente, se realiza también un análisis del aspecto legal que regula la actividad, estableciendo los puntos clave que deben ser considerados para programar un viaje de egresados de primaria.

CAPITULO II: MARCO DE REFERENCIA

2.1 Marco Conceptual

El turismo como concepto general es entendido como: “El conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año y mayor a 24 horas, con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (OMT, 1994:44).

La evolución del turismo ha estado fuertemente ligada a la del ser humano, como si el desarrollo de uno, dependiera del otro. A lo largo de los años, se ha ido entendiendo la importancia que esta industria significa para la sociedad en general. En la actualidad, el turismo representa para muchos países, la actividad fundamental con la que aumentan el desarrollo económico, social y cultural de su población.

Es indudable que el turismo a nivel mundial ha aumentado de manera continua desde los años cincuenta hasta el presente, pero no es menos cierto que el sector turístico se encuentra en un período de cambios en el que se están diversificando las motivaciones y las tendencias turísticas (Reverter, 2005). Con el transcurso del tiempo las actividades han ido cambiando y adaptándose a los diferentes gustos, preferencias e intereses de la demanda. En la actualidad, el turista es un individuo mejor informado que demanda una oferta de calidad muy alta en cuanto a servicios.

La OMT anticipó una serie de cambios a producirse en la actividad turística en el período 1995-2020, entre los cuales menciona: aumento del número de turistas que desean participar en actividades recreativas, deportivas y de aventura, conociendo la historia, cultura, naturaleza y vida de las zonas que visitan; aumento del número de turistas que buscan nuevos destinos y nuevos productos turísticos; turistas que quieren participar en el diseño de su propio viaje; turistas con mayor sensibilidad ambiental y social, que buscan espacios que sean respetuosos con las normativas medioambientales (Reverter y Plaza Montero, 1993).

Las inquietudes de las personas, sumadas a los logros alcanzados por los seres humanos y relacionadas con su forma de vida, sus condiciones de trabajo y el gran avance de la tecnología y las comunicaciones tendieron a multiplicar los movimientos de personas con fines turísticos. Por otro lado, el aumento y la variación constante de la demanda han provocado una diversificación y especialización de la oferta, creando nuevos espacios y modalidades de turismo. Entre tales se encuentra el turismo estudiantil.

Tomando como referencia la definición de Turismo de la OMT de 1995, hablar de Turismo Estudiantil, llevaría a establecerlo como: “conjunto de actividades que llevan a cabo adolescentes y jóvenes consistentes en la realización de viajes y estancias en lugares diferentes de su entorno habitual, por un tiempo inferior a un año, con la finalidad de satisfacer motivaciones culturales y de ocio”

Por otro lado, a partir de la definición de la conferencia de Ottawa sobre estadísticas de viajes y turismo, Eugenio del Busto ha definido al turismo estudiantil como: “conjunto de actividades que llevan a cabo estudiantes, en el proceso de su formación educativa, consistente en la realización de viajes a lugares diferentes de su entorno habitual, con la finalidad de satisfacer motivaciones de carácter cultural y de ocio”.

Otra definición, es la que aporta Karina Barreiro (2007) donde expresa que el turismo estudiantil es el practicado por grupos de estudiantes. En la mayoría de los casos en compañía de profesores, cuando se disponen a visitar sitios históricos, museos, parques, monumentos, ambientes naturales de importancia, montañas, llanuras, etc. Siendo aspectos fundamentales del viaje, compartir la cultura y conocer sus tradiciones. Sus principales objetivos son incrementar la preparación académica y promover las buenas relaciones entre los participantes.

2.2 Turismo Estudiantil en un contexto mundial

La primera relación entre el turismo y los estudiantes nace probablemente en Europa, ya que se considera que los primeros turistas fueron estudiantes, es decir, los estudiantes “egresados”. Se refieren así a los jóvenes londinenses de clase media alta del siglo XVII, quienes una vez terminados sus estudios iniciaban un viaje educativo desde el punto de vista económico y social por las capitales más importantes del continente europeo, conocidos con el nombre de “Grand Tour” (Lickorish & Jenkins, 1997).

No se trataba entonces de una actividad ociosa o lúdica sino más bien de un recurso para complementar su formación. El objetivo consistía en conocer mejor a las personas y mercados con los cuales luego interactuarían profesionalmente. (Quesada Castro, 2010).

La categoría “Turismo Estudiantil” es una creación legislativa propia de la Argentina que en otros países puede confundirse o bien con el “turismo joven”, destinado a cubrir las vacaciones

de ese segmento, o con el “turismo estudiantil de intercambio”, es decir alumnos de distintas nacionalidades que se desplazan en forma cruzada para adquirir la experiencia de un idioma o un sistema educativo distinto al de origen. (Aramburu & Casanova Ferro, 2007).

España es, sin duda, uno de los impulsores que ha promovido durante años el recorrido turístico de niños que comienzan la etapa escolar hasta jóvenes que concluyen la colegiatura, con el fin de que los mismos conozcan su país, aprendan, valoren y reflexionen acerca del cuidado y la preservación de recursos naturales y culturales, es por eso que los educadores implementan visitas semestrales a diferentes sitios turísticos siguiendo un programa previamente revisado, cuyo lema es “conoce primero a tu país”. Por otro lado, al acabar la educación secundaria obligatoria y los estudios universitarios, también se realizan otros viajes; todos ellos tienen aproximadamente una duración de una semana. En los viajes de fin de curso en la secundaria se suele visitar un destino cercano y nacional como los Pirineos o Andorra. Por lo general se trata de un viaje a una granja escuela donde se hacen actividades en un entorno natural. En cambio, al finalizar la universidad, es más común visitar un país extranjero de Europa como Italia o Francia, aunque desde hace unos años también son habituales los cruceros por el mediterráneo.

El turismo estudiantil en Italia, es un instrumento de elevación educativa y cultural. La educación, no es limitada a la escuela, sino que se complementa con la visita a todos los centros importantes de su historia y centros turísticos. Para lo cual, dentro de los programas educativos de los primeros años escolares se forma a los niños en todo lo relacionado al turismo mediante juegos, videos, visitas y otras actividades de tal forma que el niño ya conoce sobre la actividad turística que es practicada muy frecuentemente. También se estudia la historia, geografía, ecología y todo su patrimonio a fin de que conozca las riquezas de su país, las conserve y las ame. En lo relacionado al turismo estudiantil juvenil, Italia ofrece programas de intercambio anual, semestral o trimestral que favorezcan el conocimiento, el intercambio cultural y la paz. Dentro del programa educacional, se incluye el aprendizaje de varios idiomas con el objetivo de que todos puedan comunicarse apropiadamente con los millones de visitantes que llegan anualmente (Perini, 1990).

En 1988 se crea en México la consultoría “Estudiantes Embajadores” de intercambios académicos y turismo educativo, apuntando principalmente a jóvenes entre 15 y 18 años de edad que estén en nivel preparatoria. A partir de la información obtenida de la Secretaria de Turismo

de México, el país, actualmente maneja el término “cultura turística”, dicha cultura, cuenta con los siguientes componentes: conocimiento, preparación, servicio y calidad. El plan de cultura se utiliza para la trasmisión de conocimientos y valores que integran la misma. Además, han implementado la creación de la cartilla turística; una publicación que apoya a profesores de 6to de primaria para dar a conocer a sus alumnos el “ABC” de la actividad turística en lo que se denomina la educación infantil.

En lo que respecta al turismo estudiantil en Ecuador y según la información brindada por la Dirección Nacional de Turismo de dicho país, se han realizado muchos esfuerzos para educar a la población con el fin de estimular en el ecuatoriano el amor a lo suyo, el cuidado de sus potencialidades turísticas y la hospitalidad para con el visitante. Un claro ejemplo es el cuadernillo asignado a los estudiantes “el turismo y los niños en el Ecuador”. El gobierno actual está fomentando el turismo educativo a través de becas gratuitas que incluyen todos los viáticos pagados por parte del gobierno a estudiantes que obtienen los mejores promedios.

2.2.1 Turismo estudiantil a nivel nacional.

La historia del turismo estudiantil en nuestro país se remonta a la década del 50, cuando en la ciudad de San Carlos de Bariloche los colegios religiosos comenzaron a llevar de campamento de vacaciones a los estudiantes que se encontraban cursando el último año de la secundaria. Poco a poco esta modalidad fue haciendo eco en todo el país y fue adoptando, según las necesidades e intereses, las denominaciones de viaje de egresados o viajes de estudio (Aramburu & Casanova Ferro, 2007).

En Argentina quedó legalmente calificada la definición de turismo estudiantil, a partir de la sanción de la Ley 25.599 (14/06/2002). El concepto se desglosa en dos modalidades; por un lado, los denominados viajes de estudio y por el otro, los viajes de egresados:

- Viajes de estudio: comprenden aquellas actividades que buscan integrarse a la propuesta curricular de las escuelas y que son organizadas por los directivos o profesores del establecimiento educativo, comprometiéndose junto a los padres de alumnos y agencias de viajes en la organización y desarrollo de los viajes programados. Los docentes que acompañan al contingente tienen el deber de velar por la integridad de los alumnos y su

comportamiento entre sí y frente a terceros. Estos tipos de viajes tienen un alto componente instructivo y formativo, ya que son llevados a cabo con la finalidad de adquirir nuevos conocimientos y experiencias a nivel educacional, profesional y personal.

- Viajes de egresados: en este tipo de viajes, el establecimiento educativo, sus directivos y cuerpo docente no tienen intervención ni responsabilidad alguna, ya que son aquellas actividades turísticas (ajenas a la propuesta curricular) realizadas con el objetivo de celebrar la finalización de un nivel educativo (primario o secundario) organizadas por los padres y las agencias autorizadas para operar turismo estudiantil. En la actualidad, la mayoría de los colegios ni siquiera permiten que las “famosas reuniones informativas” de gerentes de venta y promotores de las agencias se realicen dentro del establecimiento, para deslindar así todo tipo de responsabilidad y no avalar la operatoria que se está celebrando entre las familias y las agencias responsables.

Ambos tipos de viajes son los que componen la definición de turismo estudiantil en Argentina. El viaje de egresados, que tiene como finalidad el cierre de un ciclo escolar; y el viaje de estudios cuyo objetivo es complementar algún tema del diseño curricular de una asignatura. Todo otro tipo de viajes realizados por estudiantes, como por ejemplo los deportivos, la celebración de cumpleaños de quince y los viajes de intercambio, quedan excluidos de la normativa específica.

Greg Richards (2004) establece que el turista se desplaza con la idea de culturizarse, pero que, si desde niño se le brinda la posibilidad de conocer y visitar la fuente donde están los elementos que producen la cultura, esta vendrá fácilmente. Entendido de esta manera, el turismo estudiantil, se convierte en un factor pedagógico y formador de cultura para poder observar y palpar la realidad, valorar y comprender la necesidad de preservar los diferentes patrimonios de la humanidad. Además de ser una oportunidad para ampliar el conocimiento de los estudiantes, generar conciencia social y apertura al turismo, es un factor de desarrollo económico para el país.

En muchos casos, ciudades y provincias, se han visto beneficiadas con el producto del turismo estudiantil, ayudando a promocionar y difundir las bellezas naturales, culturales y la identidad de distintos sitios a nivel regional, nacional e incluso a nivel internacional.

Cabe resaltar que tanto los viajes de estudio, como los viajes de egresados, le añaden valor a la oferta turística de una localidad, ayudan a romper con la estacionalidad y a contribuir e incrementar los ingresos turísticos.

Por naturaleza propia, el turismo estudiantil es educativo, ya que enseña el valor de los distintos destinos que se visitan y provee el entendimiento cultural que beneficia a los mismos. Son muchos los aspectos que se deben valorar dentro del turismo estudiantil:

- Oportunidad para ampliar el conocimiento.
- Factor pedagógico y formador de cultura.
- Incluido desde la infancia y adolescencia se convierte en una práctica natural.
- Genera conciencia social y apertura al turismo.

La propuesta de turismo estudiantil, fusiona el aprendizaje con el entretenimiento, presenta una alternativa y una posibilidad de viajar para aprender y emprender para seguir viajando, permitiendo fomentar la interrelación de los estudiantes, conocerse desde otro lugar y viviendo experiencias en lo cognitivo como en lo socio afectivo

Además, permite ampliar los conocimientos de manera real favoreciendo el aprendizaje integral de los niños/as de manera planificada y objetiva a través de múltiples puntos de entrada, experiencias visuales, simbólicos y verbales, formando la conciencia social de los estudiantes frente a diferentes fenómenos, es decir, articular los contenidos del diseño curricular, con el área del turismo, desarrollando actividades educativas.

Las principales motivaciones del viaje de fin de curso son divertirse y recrearse, las que se complementan con conocer el destino junto a sus compañeros en un ámbito diferente del habitual; un ritual para cerrar un ciclo importante de su historia personal (Grünwald et al. 1994:12-13).

La vivencia del viaje de egresados, ha tomado una dimensión propia al constituirse en una experiencia que, para el común de los estudiantes que la desarrollan, representa un hito en su crecimiento y el fin de una etapa significativa en sus vidas.

En Argentina, se suelen llevar a cabo dos viajes de egresados, el primero se realiza durante el último grado de la escuela primaria y el segundo durante el último año de la escuela secundaria. El viaje de egresados en la secundaria es quizás, el más tradicional y se realiza en varios destinos

que a largo del tiempo se han ido consolidando, siendo sin duda alguna, los más clásicos para recibir a los alumnos egresados. Por ejemplo, San Carlos de Bariloche, en la provincia de Río Negro o Porto Seguro (Brasil), surgen también otros nuevos destinos posibles como Punta Cana (República Dominicana) y Cancún (México).

Sin embargo, hace ya varios años San Carlos de Bariloche es uno de los destinos más elegidos para el viaje de egresados de la escuela secundaria. Los registros municipales de la ciudad indican que la cantidad de jóvenes que han arribado al lugar en carácter de turistas y con motivo de su viaje de egresados de todas partes del país, supera los 175.000 estudiantes por año. Los egresados y sus familias, contratan dicho viaje con empresas especializadas y profesionalizadas en turismo estudiantil, con las cuales firman un contrato en el que se acuerda el precio, hospedaje y excursiones, entre otros puntos.

2.3 El Turismo estudiantil y las agencias de viajes.

El turismo implica un sistema complejo de organización, promoción, operación e intermediación, provocando relaciones directas e indirectas entre quienes participan en esta actividad. La OMT (1998) indica que el turismo, es una actividad dinámica de elementos interrelacionados entre sí, donde se distinguen:

- La demanda: es el mercado de consumidores de bienes y servicios turísticos.
- La oferta: son los productos, servicios intangibles y empresas implicadas activamente en el servicio turístico.
- El lugar geográfico: lugar físico donde se encuentra la oferta y la demanda.
- Los operadores del mercado: aquellos que participan en el turismo como intermediarios entre el turista y el producto turístico, es decir entre la demanda y la oferta turística. Tales como las agencias de viajes, empresas de transporte, organismos públicos y privados, etc.

Tomando como fuente la literatura de García Oro, Cruz Pérez y Leyva Velásquez (2009), se identifica la siguiente definición de una agencia de viajes: “Son empresas mercantiles de servicio que acercan el producto turístico al consumidor, dedicándose de manera habitual y profesional a asesorar, vender y organizar viajes u otros servicios turísticos, siendo el principal

agente de intermediación entre la persona que demanda turismo y el productor de bienes o servicios turísticos”.

En cuanto a los servicios que brinda una agencia de viajes, el de orientación o asesoría es gratuito y se proporciona con el fin de informarle al cliente la gama de productos de los cuales dispone la agencia, en relación a proveedores, destinos, servicios y viajes. Es preciso tener en cuenta las necesidades y expectativas del cliente para mostrar las opciones viables, según sus intereses y su conveniencia, puesto que un asesoramiento de calidad, asegura a un cliente.

Las agencias funcionan como intermediarias cuando gestionan un servicio en nombre de una tercera persona. Este servicio es la reserva, la distribución y la venta de productos turísticos, permitiendo acercar el producto al cliente y multiplicar los puntos de venta. La mediación es la que la define de por sí a una agencia de viajes.

Las agencias de viaje también se encargan de organizar, planear, vender y operar un programa turístico tomando en cuenta la oferta y las actividades que se pueden realizar en el destino a visitar. Los diversos servicios que se incluyen en el programa deben contemplar las tendencias y requerimientos del cliente, ser novedosos, tener un valor agregado y ser competitivos con respecto al mercado.

Las agencias de viajes admiten diversos criterios de clasificación, y desde el punto de vista teórico, se pueden clasificar siguiendo diferentes criterios como la actividad principal que desempeñan, el ámbito de actuación en función del producto y mercado. Por su parte, la Ley 18.829 de Agentes de Viajes y su reglamentación mediante el decreto Ley 2182 en el año 1972, también establece una clasificación.

Conforme a su forma de actuación en el mercado, se pueden clasificar en:

-Mayoristas: “Son aquellas que proyectan, elaboran y organizan toda clase de servicios y paquetes turísticos para su ofrecimiento a las agencias minoristas, no pudiendo ofrecer sus productos directamente al usuario o consumidor”. Además, las agencias de viajes mayoristas, son aquellas que manejan toda la organización y elaboración de paquetes turísticos que engloba todas las facilidades, contratando servicios turísticos en grandes cantidades, en su mayoría a tour operadores o directamente realizando convenios con las aerolíneas u hoteles para obtener ventajosos precios y así ofrecerles sus paquetes a las agencias minoristas. Espín Martínez (1999)

considera que a diferencia de las agencias de viajes minoristas, este tipo de empresa no debería vender sus productos directamente al cliente.

-Minoristas: “Son aquellas que, o bien comercializan el producto de las agencias mayoristas, vendiéndolo directamente al usuario o consumidor, o bien proyectan, elaboran, organizan y/o venden toda clase de servicios y paquetes turísticos directamente al usuario, no pudiendo ofrecer sus productos a otras agencias de viajes”. También conocida como agencia detallista, es aquella que por su operación comercializa los productos elaborados por la agencia mayorista o por los tour operadores, vendiéndolos directamente al cliente

-Mayoristas-Minoristas: “Son aquellas que pueden simultanear las actividades de los dos grupos anteriores”.

Por último, los Operadores de Turismo (conocido también como tour operadores), son aquellas que elaboran, proyectan y operan sus propios programas dentro del espacio nacional con servicios terrestres suyos o bien subcontratados. Además, comercializan sus paquetes directamente al turista o a través de agencias de viajes minoristas. Este tipo de empresa es la que controla de manera directa la operación del servicio turístico, por lo tanto, su función principal es la de productora.

De acuerdo a lo mencionado con anterioridad, podríamos establecer que el tipo de agencia de viajes factible para el mercado de estudiantes es una agencia mixta. Es decir, aquella que ejerce las actividades de una agencia de viajes minorista y operadora de turismo a la vez, permitiendo manejar de esta forma, el turismo receptivo y emisivo.

Además, podríamos también establecer una diferencia entre las agencias de turismo estudiantil que son “organizadoras” y aquellas que revisten el carácter de “comercializadoras”. Siendo las primeras, aquellas agencias de viaje que contratan directamente con los prestadores de servicios (hoteles, pasajes, excursiones, etc.) armando el paquete turístico. Por el contrario, las agencias de viajes comercializadoras, únicamente venden los paquetes turísticos armados por las organizadoras.

2.4 Turismo estudiantil de nivel primario

La Ley de Educación Nacional (LEN) N° 26.206, establece lo siguiente: “La educación Primaria es obligatoria para todos los niños y niñas a partir de los 6 años. Su finalidad consiste en proporcionar una formación integral y básica, garantizando el acceso a un conjunto de saberes comunes y ofreciendo las condiciones necesarias para el desarrollo integral de la infancia en todas sus dimensiones.”

Por otro lado, dicha ley, hace referencia a las distintas estructuras por las que han optado las diferentes jurisdicciones, teniendo en consideración la duración de la educación primaria.

Agrupándose de la siguiente manera:

- Estructura de seis años de estudio: provincia de Buenos Aires, Catamarca, Chubut, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, La Pampa, San Juan, San Luis, Tierra del Fuego y Tucumán.
- Estructura de siete años de estudio: Chaco, Jujuy, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, Santa Cruz, Santa Fe, Santiago del Estero y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En ambos casos e independientemente de la estructura en relación a la duración de la escuela primaria, la finalización de la misma implica el egreso y la obtención del título académico que le otorga al estudiante la condición de egresado. Esta acción suele asociarse a la realización de diferentes rituales: festejos, viajes y entrega colectiva de diplomas.

En palabras de Dussel y Southwell (2009) los rituales son acciones rutinarias que se repiten en el tiempo, cargadas de sentido y que representan una experiencia colectiva en una conducta social reconocible.

De acuerdo a Moreno (2014) los ritos marcan un antes y un después en la vida de las personas. Es el punto en donde se conmemora y celebra un acontecimiento que dará paso a otros nuevos y serán reconocidos socialmente por una cultura. Por otro lado, el egreso (compuesto por diversos acontecimientos) marca la finalización de una etapa para dar lugar a otra.

En las instituciones escolares de nivel primario de la ciudad de Bahía Blanca, el egreso, supone una serie de acciones y acontecimientos que acompañan y anticipan el fin de la escolaridad e implican el paso al nivel secundario.

Dichas acciones, son:

- Confección del buzo/remera de la promoción, donde de manera conjunta y coordinada los alumnos de sexto grado la diseñan de colores diversos, motivos de letras y dibujos que representen al grupo en su totalidad.
- Los encuentros de despedida: implican jornadas de juegos, deportes y meriendas compartidas. Siendo, en la mayoría de los casos, los alumnos de 5° grado de la misma institución los responsables de organizar estos eventos de “despedida” hacia los alumnos de sexto grado de la escuela primaria.
- El acto de colación de fin de año, a cargo de la institución educativa, en la que se despide a los egresados de nivel primario con la famosa entrega de diplomas, medallas y diversos reconocimientos académicos. Luego los docentes y equipo directivo dedican palabras alusivas y de despedida, resumiendo pequeñas anécdotas del año escolar. Según Vain (2019), estos festejos y eventos, modifican el estatus previo y anticipan nuevas responsabilidades, la despedida de un nivel y el ingreso a un nuevo espacio académico.
- El viaje de egresados: aquel viaje que realizan los egresados del último grado de la escuela primaria de manera grupal y como festejo a la finalización de una etapa. Suele llevarse a cabo entre los meses de noviembre y diciembre y por lo general a destinos localizados dentro de la provincia de Buenos Aires (Tandil, Mar del Plata, Monte Hermoso).

El viaje de egresados es un acontecimiento característico que implica un tiempo previo de preparación y organización. Las familias de los futuros egresados buscan e investigan agencias de viajes, encargadas de ofrecer “paquetes” a diversos destinos. La elección de la empresa con la cual realizarán dicho viaje, conlleva reuniones fuera del ámbito y jornada escolar, donde intervienen diferentes actores que influyen e interactúan para llegar a un acuerdo.

Para entender mejor esta dinámica, es necesario conocer cuáles son dichos actores del “turismo estudiantil” que intervienen en la contratación de servicios para el desarrollo de los viajes de egresados de nivel primario y explicar el rol que ocupa cada uno de ellos.

Las instituciones educativas en general, consideran al viaje de egresados como un problema que merece un tratamiento especial. En un extremo y para deslindar responsabilidades no solo no admiten que los promotores de las agencias de viajes ingresen a las instalaciones, sino que se

advierte a padres y alumnos que la contratación de tales servicios corre por su exclusiva cuenta y riesgo. Más aún, se desalienta la participación docente y, en muchos casos, si el viaje coincide con días hábiles, se pasan las faltas correspondientes a los estudiantes que no asistan a clases. Por otro lado, posiciones moderadas tratan de no intervenir en la negociación, pero sí de supervisar la trayectoria de la agencia o agencias que acercan ofertas, sugieren la participación no solo docente sino también la combinación con algún padre o padres acompañantes que cumplan el rol de supervisión y asistencia al grupo de estudiantes que viajan. Finalmente, y como excepción, existen instituciones que contrariando el art. 1 de la Ley 18.829 de Agentes de Viajes y el art. 18 de la Resolución 118/05, organizan sus propios viajes de egresados/as generalmente en forma solapada o mediante la intermediación de algún docente que “cubre” la infracción institucional. La Resolución 118/05 solo detalla una excepción (art. 17) donde las instituciones pueden organizar y llevar a cabo actividades recreativas con sus alumnos/as, siempre y cuando, el mismo se desarrolle en un único día y no incluya pernocte.

Los estudiantes, es decir, alumnos/as futuros egresados de la escuela primaria y sus padres, tutores o representantes legales son quiénes van a decidir por un lado el destino en el cual llevarán a cabo su tan ansiado viaje de fin de la etapa primaria y, por otro lado, la elección de la agencia de viajes con la cuál cerrarán un acuerdo y contrato para la realización del mismo. La modalidad más frecuente del pago de este tipo de viajes se lleva adelante en un plan de cuotas mensuales y a lo largo de todo un año/año y medio. Los involucrados inician los sondeos para contratar agencias en ese período; en este sentido, la experiencia de los egresados que los han precedido en la promoción de ese mismo año suele ser importante pero no determinante.

Los prestadores de servicios son aquellos proveedores de servicios directamente vinculados al turismo estudiantil; es decir, hoteleros, transportistas, gastronómicos, instructores, guías, fotógrafos, etcétera. La agencia mantiene con ellos una relación comercial casi permanente que le permite financiar mejor sus costos a partir de una oferta de volumen de pasajeros/as y continuidad en la contratación de dichos servicios.

Las agencias autorizadas a operar “Turismo Estudiantil”, que pretendan organizar viajes de egresados deben obtener, sin excepción alguna, previamente un “Certificado Nacional de

Autorización para Agencias de Turismo Estudiantil”, lo cual implica que además deberán constituir un seguro de responsabilidad civil, de vida, de accidentes personales y otro de cobertura médica total para cada uno de todos los integrantes de cada contingente de estudiantes, que cubra los riesgos desde el inicio hasta la finalización del viaje.

Por último, otro de los actores del turismo estudiantil que interviene en la regulación de servicios, es el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación. Siendo la Autoridad de aplicación, encargada de fijar las políticas nacionales de la actividad en el marco del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Es ante esta institución que los agentes de viajes requieren su licencia, es el organismo que lleva los legajos y ejerce las funciones de contralor.

2.5 Marco legal

La actividad turística en nuestro país está regulada bajo el marco de la Ley Nacional de Turismo 25.997, promulgada el 05 de enero del año 2005. En sus dos primeros artículos declara la importancia de la actividad en el desarrollo económico del país. Su artículo primero dicta lo siguiente:

“ARTICULO 1º- Declárase 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. Son actividades directa o indirectamente relacionadas con el turismo las que figuran en el Anexo I, conforme la clasificación internacional uniforme de las actividades turísticas de la Organización Mundial de Turismo. Objeto. La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la 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”

Sin dudas, la creación de dicha ley, le otorgó mayor importancia a la actividad turística, pero mucho antes ya había leyes relacionadas a esta temática. Ahondando en el tema de investigación, es oportuno citar a la Ley de Agencias de viajes. El artículo primero de la Ley 18.829 (de Agentes de Viajes) del año 1970, con sus sucesivas modificaciones, detalla las tareas de una agencia de viajes:

Artículo 1º– Quedan sujetas a las disposiciones de esta Ley todas las personas físicas o jurídicas que desarrollen, en el territorio nacional, con o sin fines de lucro, en forma permanente, transitoria o accidental, algunas de las siguientes actividades:

- a) La intermediación en la reserva o locación de servicios en cualquier medio de transporte en el país o en el extranjero;
- b) La intermediación en la contratación de servicios hoteleros en el país o en el extranjero;
- c) La organización de viajes de carácter individual o colectivo, excursiones, cruceros o similares, con o sin inclusión de todos los servicios propios de los denominados viajes "a forfait", en el país o en el extranjero;
- d) La recepción o asistencia de turistas durante sus viajes y su permanencia en el país, la prestación a los mismos de los servicios de guías turísticos y el despacho de sus equipajes;
- e) La representación de otras agencias, tanto nacionales como extranjeras, a fin de prestar en su nombre cualesquiera de estos servicios;
- f) La realización de actividades similares o conexas a las mencionadas con anterioridad en beneficio del turismo, las cuales se expresarán específicamente en la licencia respectiva. Será requisito ineludible para el ejercicio de estas actividades, el obtener previamente la respectiva licencia en el Registro de Agentes de Viajes que llevará el organismo de aplicación que fije el Poder Ejecutivo, el que determinará las normas y requisitos generales y de idoneidad para hacerla efectiva.

Refiriéndose puntualmente a aquellas agencias de viajes que pueden ofrecer Turismo Estudiantil, se debe a la Resolución N° 159/89. En general, dicha resolución, exigía a las agencias de viajes que operan turismo estudiantil, notificar de ello a la Secretaría de Turismo de la Nación

y la obligatoriedad de presentar todos los contratos que suscriban con los prestadores de servicios turísticos.

Con posterioridad al dictado de la Resolución N° 159/89, el Honorable Congreso de la Nación sanciona con fuerza de ley, la denominada “Ley de Turismo Estudiantil” (Ley N° 25.599), publicada en el Boletín Oficial 14706/2002, siendo sancionada años más tarde (2007) la Ley 26.208, modificando ciertos criterios de la Ley 25.599. A su vez, esta ley es reglamentada actualmente por la Resolución 23/2014 del Ministerio de Turismo de la Nación (modificada por Res. 58/2017).

Dicha norma (Ley 25.599) establece en su redacción la mayoría de los requisitos a los que deberán ajustarse quienes operen en turismo estudiantil. Los aspectos más importantes son los siguientes:

- Define el concepto de turismo estudiantil, incorporando en dicha modalidad las actividades formativas, organizadas y supervisadas por autoridades y docentes de establecimientos educativos (viajes de estudio) y las actividades turísticas realizadas con el objetivo de celebrar la finalización de un nivel educativo o carrera (viaje de egresados).
- Establece la obligatoriedad de parte de las agencias habilitadas e inscriptas en el Registro de Agentes de Viajes, que brinden servicios a contingentes estudiantiles, deberán contar con un “Certificado nacional de autorización para agencias de turismo estudiantil”

Con el objeto de controlar debidamente a quienes se dediquen a la venta de este tipo de viajes, la ley prohíbe que cualquier agencia organice y/o comercialice paquetes de turismo estudiantil sin haber obtenido previamente el Certificado Nacional de Autorización para Agencias de Turismo Estudiantil.

La Subsecretaría de Turismo de la Nación, como autoridad administrativa de contralor, otorga dicho Certificado, una vez acreditado el cumplimiento de una serie de requisitos que la reglamentación prevé. A su vez, el Organismo mantiene un control permanente de las agencias dedicadas a esta modalidad de turismo. A los fines de solicitar el certificado referido, se requiere además una antigüedad mínima de 5 años de la Licencia habilitante. Una vez obtenido el certificado de autorización, éste debe ser renovado anualmente.

Las agencias de turismo estudiantil deben cumplimentar, entre otras, las siguientes exigencias para la obtención o renovación del Certificado Nacional de Autorización para Agencias de Turismo Estudiantil. Siendo requisito obligatorio para la obtención del mismo, la presentación ante la Autoridad de Aplicación, de una declaración jurada que contenga:

- Listado de titulares y apoderados de la empresa, con sus datos personales.
- Listado de los coordinadores que actuarán en destino, con sus datos personales.
- Listado de coordinadores de grupo y asistentes de coordinador, con sus datos personales, antigüedad en la empresa.
- Listado de promotores en cada agencia, con datos personales
- Cantidad de servicios programados –vendidos o reservados-, indicando la fecha de salida prevista de los contingentes, nombre del colegio, domicilio, destino, hotel en que serán alojados, transporte a utilizar y todos los servicios que incluyan. El precio total por pasajero y por contingente y una memoria estadística.
- Listado de prestadores de servicios con los que operarán, certificado de contratación de cada servicio declarado y comprobante que acredite el pago de por lo menos el 30% de las plazas contratadas (del 100% si el destino es fuera del país).
- Síntesis de los paquetes ofrecidos con detalles de los servicios y datos de los prestadores y seguros contratados.
- Modelo de el/los contrato/s a utilizar para la venta de los servicios.
- Modalidad en la que van a operar durante la vigencia del certificado (organizador o comercializador).
- Póliza de seguro de responsabilidad civil.
- Página de internet para comercializar o publicitar los servicios.
- Copia certificada del contrato suscrito con Nación Fideicomisos S.A.
- Declarar si celebrarán contratados de turismo estudiantil para viajes de egresados con una antelación mayor a 60 días, y si realizarán viajes de estudio.
- Garantizar montos equivalentes al 30% del precio total de las contrataciones que estime efectuar durante ese año calendario (en el caso de viajes de egresados).
- Presentar ante la Autoridad de Aplicación una declaración jurada anual o cualquier cambio que modifique la misma, dentro de los quince (15) días hábiles de producido el mismo.

El otorgamiento del Certificado Nacional de Autorización para Agencias de Turismo Estudiantil, reviste sin dudas un contralor severo hacia la agencia autorizada, ya que ésta debió haber cumplimentado una serie de requisitos importantísimos como lo son, por ejemplo, el acompañar el listado de todos los prestadores y comprobante de haberles pagado el 30% de las plazas previstas.

Tal como se ha mencionado anteriormente, la forma de comercialización de los viajes de egresados, se realiza por adelantado, fraccionadamente e instrumentada en un contrato. El contrato debe ser realizado por escrito, e impreso desde el Sistema Aplicativo de Turismo Estudiantil. Dicho contrato debe contener como mínimo las cláusulas establecidas en los modelos de contratos que establece la Resolución Mintur 23/2014.

Por disposición legal (art. 7 del Anexo de la Res. 23/2014), forman parte del contrato de turismo estudiantil exclusivamente los siguientes servicios, considerados “esenciales del viaje”: hospedaje, transporte, gastronomía, seguros y excursiones diurnas (excepto el turismo activo o de aventura).

Cabe destacar que no forman parte de los servicios incluidos en el contrato de turismo estudiantil las actividades vinculadas a discotecas o boliches bailables, ni tampoco actividades consideradas como turismo aventura. Esta exclusión se vincula directamente al sistema de garantía establecido, que ha pretendido asegurar sólo las prestaciones esenciales y necesarias para llevar a cabo el viaje.

Sin duda, el mayor problema que ha enfrentado el turismo estudiantil durante mucho tiempo, ha sido el riesgo de la insolvencia. La modalidad de pago por adelantado, en cuotas, ha llevado a que, en varias ocasiones los estudiantes hayan padecido la situación de ver frustrado su viaje, por ejemplo, por la quiebra de la agencia. Dicho riesgo ha sido desde siempre la razón de los estrictos controles a las agencias de turismo estudiantil.

La Resolución 237/2007 (actualmente derogada), creó el “Fondo de Turismo Estudiantil”, el cual está constituido por el aporte equivalente al 6% de cada contrato de turismo estudiantil suscrito, con la única excepción de aquellos que no incluyen pernocte. Es fundamental mencionar y detenerse en el concepto de la llamada “cuota cero”, la que en definitiva constituye el aporte de cada turista usuario al fondo fiduciario de turismo estudiantil. La cuota cero corresponde al primer pago del viaje y todos sus pagos deben ser dirigidos a un Fideicomiso. Si

alguna agencia de viajes llegara a incumplir el contrato antes de la realización del viaje, el fondo del Fideicomiso, aseguraría dicho viaje. La mencionada cuota cero, sólo pueden emitirla las agencias autorizadas y luego de haber ingresado los datos de cada contrato.

A su vez, el Fondo de Turismo Estudiantil, constituido por los aportes realizados mediante la “cuota cero” es administrado por Nación Fideicomisos S.A., mediante la constitución de un fideicomiso privado de garantía. El objeto del Fideicomiso es el de asegurar el cumplimiento de las obligaciones asumidas por las agencias de turismo estudiantil.

En cuanto al procedimiento para ejecutar la garantía, debe señalarse que, ante el incumplimiento de la empresa contratada, los interesados podrán comunicar tal circunstancia a la actual Subsecretaría de Turismo y será ésta quien, previa intimación a la presunta incumplidora, instruirá al fiduciario a fin de que active el sistema de garantía. En tal caso, el fideicomiso reintegrará los importes pagados por los usuarios a la agencia contratada, o podrá abonar dichas sumas a una nueva empresa que acepte hacerse cargo del viaje contratado en idénticas condiciones a las que fueran originalmente pactadas entre los estudiantes y la agencia incumplidora. Es importante señalar, sin embargo, que no se efectuará devolución del dinero correspondiente a aquellos servicios que por definición legal no forman parte de los servicios esenciales incluidos en el contrato de turismo estudiantil.

En el año 2014, el ex Ministerio de Turismo de la Nación modificó la normativa hasta entonces vigente, dictándose una nueva reglamentación, la Res. 23/2014.

La cuota “cero” debía su nombre a que realmente era un pago previo al inicio del contrato, por lo tanto, la agencia debía entregar el cupón de dicha cuota al usuario, y una vez abonada ésta, recién podían ser pagadas las cuotas del precio del viaje. De esta manera, hecho el aporte al fideicomiso (Fondo de Turismo Estudiantil), los estudiantes pasaban a contar con la garantía de que, en caso que la agencia se encontrase imposibilitada de cumplir sus obligaciones, el administrador del fideicomiso se ocuparía de devolver el dinero abonado, o de transferir dichas sumas a una agencia distinta que aceptase tomar a su cargo los servicios.

Ciertamente, el art. 17 de la Res. 237/2007 de la entonces Secretaría de Turismo de la Nación, disponía: “Integración del aporte. El aporte correspondiente al monto total pactado por cada pasajero deberá ser depositado en su totalidad en moneda de curso legal en la cuenta a nombre

del Fondo de Turismo Estudiantil. El fiduciante deberá emitir el cupón N° CERO (0) a través del Sistema Aplicativo de Turismo Estudiantil, que implementará el fiduciario”

En cambio, la Resolución 23/2014 (actualmente vigente) menospreció la razón de ser de la Cuota Cero, y prescindió de la obligación de pago previo a la firma del contrato, y de tal manera en su art. 17 dispuso: “Integración del aporte. El aporte correspondiente al monto total pactado por cada pasajero deberá ser depositado por el agente de viajes dentro de los sesenta (60) días de firmado el contrato, siempre que dicho plazo no sea posterior al inicio del viaje, y en su totalidad en moneda de curso legal en la cuenta a nombre del Fondo de Turismo Estudiantil que determine el fiduciario. Dicho aporte deberá ser efectuado por el fiduciante, previa emisión del cupón número cero (0), a través del Sistema Aplicativo de Turismo”.

De tal forma, por un lado, se permitió que la llamada “Cuota Cero” se abonara hasta 60 días después de celebrado el contrato, por lo tanto, dejó de ser la número “CERO”. Sin embargo, lo más grave es que se dispuso que la recaudaran directamente las agencias para luego depositarla (hasta 60 días después de la firma del contrato).

Por otro lado, no es posible asegurar al usuario que el importe abonado en concepto de cuota cero sea destinado como corresponde a conformar el patrimonio del Fondo, si no es por el pago que el propio usuario efectúe en forma directa al fideicomiso.

En tal sentido, mientras que el art. 19 de la primitiva Res. 237/2007, con cabal sentido de justicia establecía que “La falta de pago del aporte eximía al fiduciario de su obligación de responder frente al turista usuario ante el incumplimiento contractual del agente de viajes”; el artículo con mismo número, pero de la Res. 23/2014 vigente, establece que “La falta de integración del aporte por parte del agente de viajes, exime al fiduciario de responder frente al turista - usuario salvo que éste último acredite el pago de dicho aporte al agente de viajes, caso en el cual el fiduciario deberá responder.” Es decir, en el caso en que la agencia además de no cumplir con los servicios pactados, tampoco hubiere cumplido en ingresar el aporte recaudado (reteniendo los importes indebidamente), el fideicomiso responderá igual, con lo cual se corre en la actualidad el serio riesgo de agotar el Fondo de Turismo Estudiantil.

CAPÍTULO III: CARACTERIZACIÓN DE BAHÍA BLANCA

FIGURA N°1

Localización de Bahía Blanca



Fuente: Majo, M. F., 2024, sobre la base de Google Maps, 2021.

3.1. Localización y conectividad de Bahía Blanca

La ciudad de Bahía Blanca está localizada al sudoeste de la provincia de Buenos Aires, sobre la costa del océano Atlántico. Bahía Blanca integra uno de los 135 partidos de la provincia de Buenos Aires. Su cabecera es la ciudad Bahía Blanca y abarca las localidades de General Daniel Cerri, Ingeniero White, y Cabildo. Limita con los distritos de Villarino, Tornquist, Coronel Pringles y Coronel Rosales, siendo su superficie de 2.300 km². Gracias a su ubicación estratégica adquiere una importante relación entre las regiones pampeana y patagónica por medio de múltiples conexiones carreteras entre ellas rutas nacionales N° 33, N°35, N°3 Norte y N°3 sur y ruta provincial N°51, a través de red ferroviaria y transporte aéreo. En el centro de la ciudad, predominan todas las actividades relacionadas con la actividad financiera y administrativa en torno a la Plaza Rivadavia donde se ubican los principales edificios.

Bahía Blanca se consolida como un centro urbano proveedor de bienes y servicios, por su importante actividad industrial; comercial; administrativa; cultural y educacional. Tanto su condición geográfica como la disponibilidad de materias primas, la convierten en asentamiento de importantes empresas, principalmente aquellas relacionadas con el sector petroquímico y agroindustrial.

La ciudad cuenta con la Terminal de Ómnibus San Francisco de Asís, la cual posee 23 plataformas, transporte de cargas y encomiendas, confitería, boleterías y playa de estacionamiento. Es de gran importancia para el turismo, debido a que diariamente, arriban y parten variadas líneas de ómnibus con alta frecuencia desde y hacia los principales destinos, genera así un significativo flujo de pasajeros.

Por otro lado, también se puede ingresar a la ciudad, en el caso de viajes de cabotaje, por vía aérea a partir del aeropuerto Comandante Espora. El servicio brindado incluye vuelos diarios que conectan con diversos puntos del país.

En cuanto al ferrocarril, principalmente se trata del transporte de carga, aunque también abarca el transporte de pasajeros a través de la estación Bahía Blanca Sud, la cual es parte del Ferrocarril General Roca de la red ferroviaria argentina. Algunas de las localidades con las cuales se conecta son: Tres Picos, Tornquist, Dufaur, Saavedra, Pigüé, Arroyo Corto, Cura Malal, Coronel Suárez, La Colina, General Lamadrid, Las Martinetas, Olavarría, Hinojo, Azul, Cacharí, Las Flores, Coronel Boerr, Vilela, Gorchs, Videla Dorna, San Miguel del Monte, Abbott, La Noria, Cañuelas, Carmen de Patagones, entre otras. El Puerto de Bahía Blanca es el principal puerto de ultramar argentino, que, por su excelente vinculación vial y ferroviaria con los centros de producción y consumo, y por su profundidad que permite la navegación de buques de hasta 45 pies de calado, lo convierten en el único “puerto de aguas profundas” del país.

3.2. Breve caracterización socioeconómica

Según las estadísticas de los censos de los últimos años se observa que la población de esta ciudad está creciendo de manera incesante, como lo demuestra el gráfico comparativo:

CUADRO N°1

Población total de la ciudad de Bahía Blanca según el Censo años 2010 y 2023

Censos	
2010	2023
291.327	335.190

Fuente: Extraído del análisis realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/poblacion/cnphv2022_resultados_provisionales.pdf

Su actual magnitud poblacional la ubica como el decimoséptimo centro más poblado de la Argentina y el cuarto de la provincia de Buenos Aires, detrás del Gran Buenos Aires, La Plata y Mar del Plata.

De acuerdo al Plan Estratégico Bahía Blanca (2000) la ciudad podría considerarse dentro de la categoría de metrópoli regional, ya que constituye un nudo de comunicaciones y centro de dirección administrativa, comercial, de servicios y cultural.

En relación a la economía, “Bahía Blanca se presenta como cabecera del sudoeste de la provincia de Buenos Aires. A partir de una base productiva regional eminentemente agrícola ganadero, la ciudad se consolida como centro urbano proveedor de bienes y servicios de la zona circundante. Su condición geográfica, así como la disponibilidad de materias primas la convierten en asentamiento de importantes empresas agroindustriales y del sector petroquímico” (Arocena, 2007:5).

Bahía Blanca se ha consolidado como uno de los centros comerciales, culturales, educativos y deportivos más importantes del interior del país. Además, cuenta con importantes museos y bibliotecas y su infraestructura turística incluye circuitos arquitectónicos, paseos y parques. Constituye un nudo de transportes y comunicaciones entre los flujos económicos del suroeste de la provincia de Buenos Aires y del valle del Río Negro.

Gracias a esto, la ciudad se posiciona como foco de atracción en la región provocando un impacto positivo en la economía local. Similar a la actividad comercial, los servicios en la ciudad son de gran importancia y variedad, destacándose los servicios financieros, educativos, salud, entre otros.

El sector industrial está compuesto por la presencia de empresas vinculadas a diferentes actividades como refinerías, petroquímica y agroindustrial lo que lo convierte en el mayor y más importante centro petroquímico del país, ubicado entre ambos puertos.

Los puertos ubicados a lo largo de la bahía son, Puerto Galván para petróleo y químicos, y Puerto Ingeniero White especializado en granos.

El puerto local posee características naturales de profundidad sumado a sus terminales especializadas en carga de cereales, oleaginosas y al muelle con capacidad de operar todo tipo de buque. Todas estas cualidades lo convierten en el puerto de aguas profundas por excelencia.

En los últimos años la ciudad ha recibido un importante flujo de inversiones orientadas al desarrollo de actividades localizadas en el puerto. Las principales oportunidades de crecimiento se relacionan con las actividades de exportación de productos primarios y del sector petroquímico.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LA OFERTA

4.1. Oferta de agencias de viajes que comercializan turismo estudiantil de nivel primario en Bahía Blanca

Según Boullón (2006: 36-37): “La oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico

Teniendo en cuenta la definición de la Organización Mundial del Turismo: “un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para lo posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tienen un ciclo vital”.

Los productos turísticos por excelencia de las agencias de viajes, son los paquetes turísticos. Ciertas características que presentan estos tipos de viajes programados son: la organización del viaje de acuerdo a un itinerario establecido previamente, la prestación de un conjunto de

servicios turísticos, el medio de transporte, el alojamiento y hasta la prestación de actividades recreativas en los destinos visitados.

Las agencias de viajes, deben diseñar los paquetes turísticos realizando previamente un estudio de mercado para poder analizar y determinar con antelación, cuáles son las necesidades de la demanda potencial. Podemos considerar a los viajes de egresados como paquetes turísticos, debido a que están organizados a partir de un itinerario predeterminado e incluyen un conjunto de servicios turísticos.

En la ciudad de Bahía Blanca existe una gran cantidad de agencias de viajes y turismo, que se dedican principalmente al turismo emisor, desempeñándose como empresas o agencias de viajes y turismo, tal como las clasifica la Ley N° 18.829. De todas estas agencias, sólo tres están habilitadas por el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación para realizar viajes de egresados, tal como indica la Ley N° 25.599, contando con el Certificado Nacional de Autorización para Agencias de Turismo Estudiantil; las mismas ofrecen propuestas a diferentes destinos de la provincia de Buenos Aires.

A continuación, se hará mención a cada una de ellas:

Dichas empresas son:

- Travel Rock (especializándose en viajes de egresados de nivel secundario y no de nivel primario)
- Surland Viajes
- BHI Viajes

De las empresas mencionadas, sólo una de ellas (Travel Rock) no se dedica a la realización de viajes de egresados del nivel primario en la ciudad de Bahía Blanca, siendo su principal mercado, los viajes de egresados de nivel secundario, ofreciendo como destino preferencial, la ciudad de San Carlos de Bariloche.

En cambio, BHI y Surland Viajes, ofrecen propuestas para los egresados de primaria, tanto educativas como de egresados.

En ambas, el producto es similar, ya que ofrecen servicios muy parecidos en cuanto a las fechas de viaje, destinos y lo que los mismos incluyen. Siendo el destino elegido en la mayoría de los casos, la propuesta de viaje a Monte Hermoso, Provincia de Buenos Aires.

Según Bigne (2001), la gestión exitosa de una empresa, será aquella que alcance tres objetivos fundamentales: generar una experiencia global satisfactoria para el pasajero/a, integrando la oferta de las distintas empresas prestadoras de servicios, aumentar la rentabilidad de las empresas locales; y optimizar los impactos del turismo, asegurando un equilibrio sostenible entre los beneficios económicos y costos socioculturales y medioambientales.

Luego, cada empresa en particular, al momento de la venta, recalca sus ventajas y beneficios sobre las demás. Uno de los puntos principales e importantes que muchas veces influye en la seguridad que se les trasmite a las familias, es la trayectoria de la empresa. En ese punto, Surland Viajes cuenta con más de 30 años de trayectoria en la producción y organización de viajes de egresados, diseñando propuestas pensadas en sus clientes. Por otro lado, BHI Viajes es una empresa que cuenta con personal idóneo y con mucha experiencia en el manejo de grupos numerosos de estudiantes, contando con el departamento específico de turismo estudiantil.

Ambas agencias mencionadas, fueron creadas y pensadas por bahienses. Siendo empresas netamente locales, contando con sus oficinas centrales en la ciudad de Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires, punto que favorece y aumenta la confianza y seguridad frente a la demanda del mercado bahiense.

En todos los casos, el staff que lleva adelante las distintas gestiones. está compuesto por un sector administrativo, un departamento específico de venta y un sector de coordinación que realiza el viaje con los egresados/as. Dicho grupo de coordinación está capacitado en materia de recreación, conducción grupal y primeros auxilios, por lo general compuesto por jóvenes recibidos, o finalizando sus estudios de turismo y educación física.

Este tipo de producto, llamado “viaje de egresados” posee determinadas características que lo hacen particular y lo condicionan. La intangibilidad, que hace que los consumidores y compradores, no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto; la caducidad del mismo, es decir, es perecedero y no se puede almacenar, ya que es producido y consumido al mismo tiempo. La heterogeneidad, debido a que está formado por muchas partes y condicionado por muchos factores; la subjetividad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo, ya que las satisfacciones son individuales y distintas de unas personas a otras por más que el consumo es simultáneo a su fabricación real, de manera que el producto se crea al mismo tiempo que se consume.

4.2. Destinos y propuestas ofrecidas en Bahía Blanca, para realizar el viaje de egresados de primaria.

En este apartado se detallan destinos ofrecidos a nivel regional, para la realización del viaje de egresados de las escuelas primarias de la ciudad de Bahía Blanca.

1. Monte Hermoso

El Partido de Monte Hermoso se encuentra ubicado al sudoeste de la Provincia de Buenos Aires, se extiende en una franja paralela al mar a lo largo de 32 kilómetros a los $38^{\circ}59'33''$ de latitud sur y a $61^{\circ}15'55''$ de longitud oeste y cuenta con una superficie de 230 km². Comprende la laguna Sauce Grande en su totalidad hasta su desembocadura, en el sector Este, el río homónimo marca el límite entre este partido y el partido de Coronel Dorrego. Limita al sur con el océano Atlántico, al norte y este con el partido de Coronel Dorrego y al oeste con el partido de Coronel de Marina Leonardo Rosales (Del Pozo, 2001).

La ciudad cabecera es Monte Hermoso constituyendo el principal núcleo urbano, ubicándose a unos 7 km. al este el balneario Sauce Grande. Se comunica con el resto de la provincia por transporte terrestre a través de la ruta nacional N°3 para luego empalmar con la ruta provincial N°78 de una distancia de 26 km. ambas totalmente asfaltadas. Posteriormente, a unos 5 km del acceso existe una bifurcación que deriva en un camino sinuoso y otro totalmente pavimentado continuando el trazado asfáltico siendo la principal entrada a la localidad. Cabe destacar que también se puede llegar vía aérea a través del aeropuerto Comandante Espora, ubicado a 100 km. en la ciudad de Bahía Blanca (Regalado, 2013).

2. Sierra de la Ventana

La localidad de Sierra de la Ventana es el centro turístico más importante de la Comarca Serrana, ubicado al noroeste del distrito de Tornquist. Se encuentra a 100 km de la ciudad de Bahía Blanca y 150 km de la localidad balnearia de Monte Hermoso. El partido tiene una superficie de 4152,25 km². La Comarca Serrana está conformada en torno al Sistema de Ventana, el cual posee 180 km de longitud, alcanzando en su ancho máximo los 60 km.

Sierra de la Ventana es una de las localidades que conforman la denominada Comarca Turística Sierras de la Ventana que abarca gran parte del partido de Tornquist y una pequeña porción del de Coronel Suárez. Esta comarca es un producto turístico consolidado dentro de la provincia de Buenos Aires, fundamentalmente por sus atractivos naturales; siendo la localidad de Sierra de la Ventana el destino de mayor relevancia de la misma, ya que concentra el mayor desarrollo comercial, una amplia y variada oferta hotelera y extra hotelera y la mayor oferta gastronómica.

Dentro de la Comarca, los principales atractivos son aquellos vinculados con la naturaleza, desatancándose la presencia del Parque Provincial Ernesto Tornquist (localizado a 20km aproximadamente del centro urbano), donde se ubica el Cerro Ventana, gran atractivo turístico, que le otorga nombre a toda la región.

Independientemente del destino elegido, las propuestas de viaje, comparten ciertos componentes fundamentales para la realización del mismo: servicios de traslado, alojamiento, excursiones diurnas y nocturnas, recreación y asistencia médica.

A continuación, se detalla de manera generalizada, los componentes que conforman el viaje de egresados:

- Bus de larga distancia exclusivo para egresados con choferes especializados en este tipo de pasajeros, equipados con led tv, bluetooth, usb y todas las medidas de seguridad correspondiente. Todos poseen rastreo satelital, apoyo logístico y mecánico en ruta con bases operativas en distintos puntos del recorrido.
- Coordinadores/as que acompañan al grupo durante todo el viaje y se encargan de las actividades, los servicios y la seguridad del mismo. Todos mayores de edad, capacitados en materia de primeros auxilios, manejo de grupos y habilitados por el Ministerio de Turismo de la Nación. Siendo un requisito fundamental que cuenten con habilidades para el liderazgo de grupos juveniles, con técnicas de guiado, manejo y conducción de grupos.

- Staff de coordinación general en destino, a cargo de la organización y control de las actividades, capacitado para auxiliar a los pasajeros/as en los distintos momentos del viaje, velar por su seguridad y aplicar medidas de prevención de riesgo durante la realización del mismo; así como controlar el buen funcionamiento y desarrollo de las diferentes tareas y actividades que componen y transcurren a lo largo del viaje.
- Alojamiento: por lo general la duración de noches ronda entre tres y cinco noches, dependiendo de cada propuesta en particular. Los egresados se alojan en hoteles o complejos exclusivos y cerrados para ellos solos, con seguridad las 24hs. La duración de la propuesta elegida, quedará a elección del grupo.
- Régimen de comidas: pensión completa (incluye desayuno, almuerzo, merienda y cena) por lo general el menú, está elaborado respondiendo a un plan nutricional diseñado por especialistas. Se incluyen y contemplan dietas médicas y todo tipo de dietas especiales.
- Seguridad y asistencia médica las 24hs, seguros de responsabilidad civil y accidentes personales.
- Actividades diurnas: visitas por la ciudad, día de campo, visitas a parques con piletas, juegos y recreación.
- Actividades nocturnas; matinée, fiestas de disfraces, fogón de despedida, etc.
- Fecha de realización: la fecha de viaje se coordina entre los meses de noviembre y diciembre.

CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda turística está íntimamente relacionada con el procedimiento de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y su determinación depende de numerosos factores no solo económicos sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos (OMT, 1998)

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”. 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).

En este caso, el producto de análisis presenta cierta particularidad, ya que la demanda, está dividida en tres grandes grupos:

- Quienes deciden: los padres/ madres/ tutores de los futuros pasajeros/as. Esto es, adultos responsables de los alumnos/as de sexto grado que concurren a las escuelas en Bahía Blanca.
- Quienes consumen: los alumnos/as que realizan el viaje, con una marcada tendencia desde hace unos años a la fecha, de que además de consumidores asuman de a poco, el rol de influyentes.
- Quienes influyen: adultos responsables de ex egresados, a través de su propia experiencia y elección de la empresa y el destino.

Para llevar a cabo el análisis de la demanda, se relevan datos relacionados a hechos específicos y a opiniones sobre el tema de investigación.

5.1. Oferta educativa de escuelas primarias de la ciudad de Bahía Blanca.

La oferta educativa constituye el conjunto de aspectos y características relacionadas con la enseñanza que se dan a conocer para su consumo, sometida a reglamentos y normas, concretada en materias, programas, horarios y profesores, y expresada en la utilidad que tiene para sus posibles consumidores (Reyes, 2009).

En la ciudad de Bahía Blanca hay un total de 82 escuelas primarias distribuidas entre todos los barrios de esta gran población. 61 de ellas son de carácter público (5 escuelas rurales) y los 21 establecimientos restantes, están constituidos por aporte privados.

CUADRO N° 2

Listado de escuelas públicas de la ciudad de Bahía Blanca

Escuela EGB – Ciclo Básico	Escuela EGB N° 29	Escuela EGB N° 57
Escuela EGB N° 1	Escuela EGB N° 30	Escuela EGB N° 59
Escuela EGB N° 2	Escuela EGB N° 32	Escuela EGB N° 60
Escuela EGB N° 3	Escuela EGB N° 33	Escuela EGB N° 61
Escuela EGB N° 4	Escuela EGB N° 34	Escuela EGB N° 62
Escuela EGB N° 5	Escuela EGB N° 35	Escuela EGB N° 63
Escuela EGB N° 6	Escuela EGB N° 36	Escuela EGB N° 64
Escuela EGB N° 7	Escuela EGB N° 37	Escuela EGB N° 65
Escuela EGB N° 8	Escuela EGB N° 38	Escuela EGB N° 66
Escuela EGB N° 9	Escuela EGB N° 39	Escuela EGB N° 67
Escuela EGB N° 11	Escuela EGB N° 41 (rural)	Escuela EGB N° 68
Escuela EGB N° 12	Escuela EGB N° 44 (rural)	Escuela EGB N° 69
Escuela EGB N° 16	Escuela EGB N° 45	Escuela EGB N° 70
Escuela EGB N° 17	Escuela EGB N° 46	Escuela EGB N° 72
Escuela EGB N° 18	Escuela EGB N° 47	Escuela EGB N° 73
Escuela EGB N° 22	Escuela EGB N° 48	Escuela EGB N° 74
Escuela EGB N° 23	Escuela EGB N° 49 (rural)	Escuela EGB N° 75
Escuela EGB N° 24	Escuela EGB N° 50	Escuela EGB N° 76
Escuela EGB N° 25	Escuela EGB N° 51 (rural)	Escuela EGB N° 78
Escuela EGB N° 26	Escuela EGB N° 55	Escuela EGB N° 84
Escuela EGB N° 28 (rural)		

CUADRO N° 3

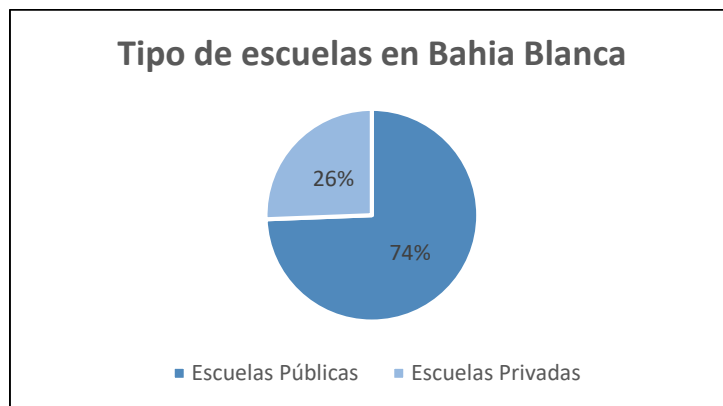
Listado de escuelas privadas de la ciudad de Bahía Blanca

Colegio Claret
Colegio del Buen Ayre
Colegio Don Bosco
Colegio José de San Martín
Colegio Juan José Passo
Colegio Lasalle – La Inmaculada
Colegio María Auxiliadora
Colegio Rosario Vera Peñaloza
Colegio San Cayetano
Colegio San Vicente de Paul
Colegio Victoria Ocampo
Escuela de La Ciudad
Escuela Manuel Belgrano
Escuela Marina Coppá
Escuela Martín Miguel de Güemes
Escuela Nuestra Señora de Pompeya
Escuela Primaria Bautista Diego Thompson
Escuela San Francisco de Asís
Colegio La Asunción
Colegio Jacarandá
Colegio Puerto del Sur

Fuente: Listado de escuelas primarias de la ciudad Bahía Blanca según los listados de escuelas primarias de la guía completa de colegios en Argentina, Buenos Aires, Prov. De Bahía Blanca.

GRAFICO N° 1

Porcentaje de escuelas de la ciudad de Bahía Blanca según si son públicas o privadas



Fuente: Majo, M.F., sobre la base del listado de escuelas primarias de la ciudad Bahía Blanca.

Algunas de las escuelas mencionadas anteriormente, sobre todo, aquellas que cuentan con aportes privados, ofrecen a sus alumnos/as un viaje educativo a realizarse en sexto grado para celebrar el fin de esta etapa. Las demás escuelas suelen contratar el viaje de egresados a través de una agencia de viajes que preste este tipo de servicios, además de realizar los rituales mencionados en instancias anteriores.

Cabe destacar que hay escuelas donde las familias de los alumnos/as no cuentan con la disponibilidad económica para afrontar un viaje de estas características, por lo tanto, no realizan viaje de egresados y lo sustituyen por algún festejo al finalizar el ciclo escolar.

De las escuelas que sí contratan empresas para realizar su viaje de egresados, eligen por lo general como destino Monte Hermoso. Uno de los objetivos de esta investigación, es ahondar en el perfil de quienes optan por esta opción y la propuesta que dicho lugar ofrece.

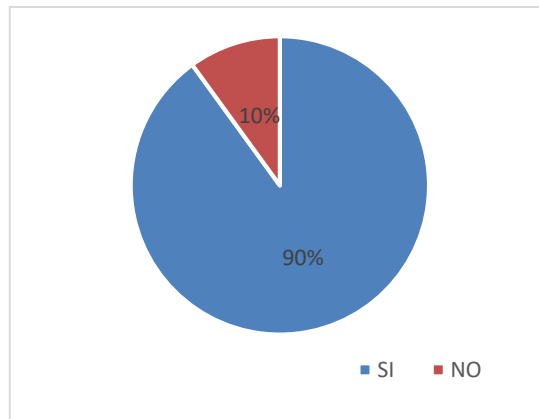
5.2. Perfil del egresado de nivel primario de la ciudad de Bahía Blanca.

Con el objetivo de conocer el perfil de los egresados del nivel primario de las escuelas de la ciudad de Bahía Blanca, se llevó a cabo un cuestionario a 30 alumnos/as que egresaron de la escuela primaria en el año 2021 y 2022, parte de ellas a egresados de escuelas públicas y otra parte, a alumnos/as egresados de escuelas de carácter privado.

A partir de los resultados obtenidos, se puede observar que el 90% de los encuestados realizaron viaje de egresados al finalizar la escuela primaria, mientras que el 10% respondió de manera

negativa, aunque la totalidad de ellos contestó que le hubiese gustado llevarlo a cabo (Gráfico N° 2).

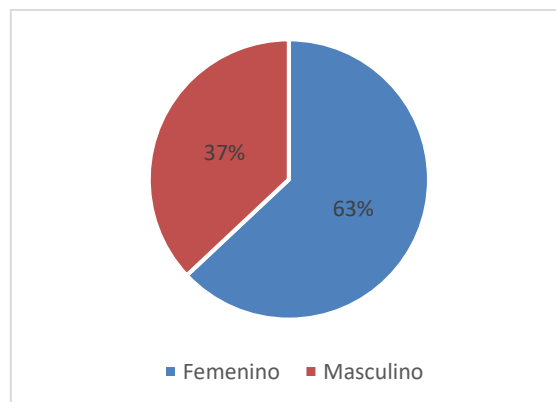
GRAFICO N° 2
Porcentaje de egresados que realizó el viaje



Fuente: Majo, M.F., con base en Google Forms, 2023.

En cuanto al género de los encuestados predomina el género femenino con un 63% mientras que el género masculino alcanza un 37% (Gráfico N° 3).

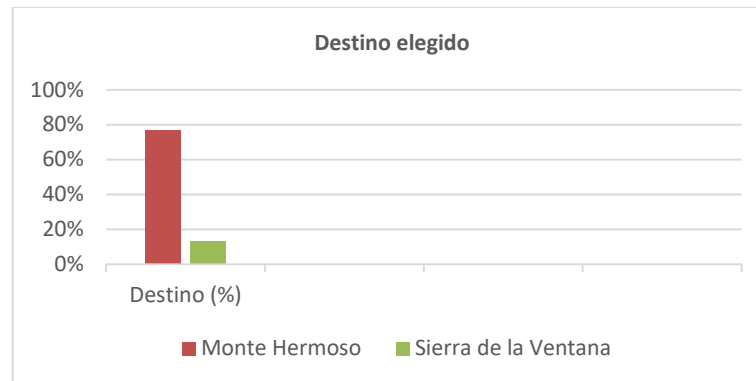
GRAFICO N° 3
Género



Fuente: Fuente: Majo, M.F., con base en Google Forms, 2023.

Entre quienes respondieron afirmativamente sobre si han hecho viaje de egresados/as, el 77% contestó que el destino elegido fue Monte Hermoso, mientras que el 13% restante, optó por Sierra de la Ventana. (Gráfico N° 4).

GRAFICO N° 4

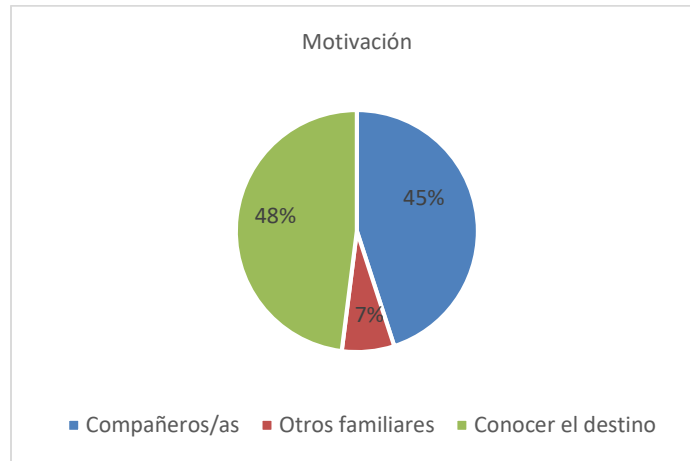
Destino elegido

Fuente: Fuente: Majo, M.F., con base en Google Forms, 2023.

El 45% de los encuestados indicó que el motivo por el cual quiso realizar el viaje de egresados, fue porque lo hacían todos sus compañeros/as. Por otro lado, el 7% respondió que el motivo había sido que en su familia otros integrantes lo habían realizado, mientras que el 48% indicó que su motivación fue querer conocer el destino al cual viajarían (Gráfico N° 5).

GRAFICO N° 5

Motivos para realizar el viaje

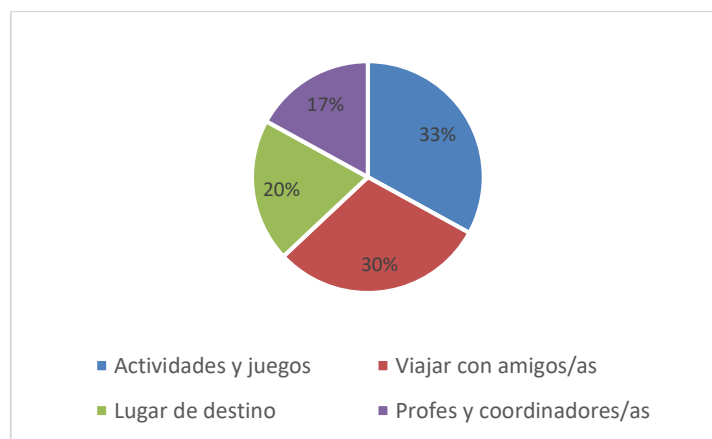


Fuente: Fuente: Majó, M.F., con base en Google Forms, 2023.

En relación a lo que más disfrutaron de su viaje, el 33% indicó que fueron las actividades y juegos realizadas, mientras que el 30% indicó el hecho de haber viajado con sus amigos/as. En menor porcentaje, el 20% indicó que fue el lugar al cual viajaron; y, por último, el 17% contestó que el motivo fueron los profesores de educación física y coordinadores que los acompañaron (Gráfico N° 6).

GRAFICO N° 6

Aquello que más disfrutaron del viaje



Fuente: Fuente: Majó, M.F., con base en Google Forms, 2023.

Por último, respecto a la idea de recomendar a futuros egresados/as de la primaria a que realicen el viaje, el 100% respondió de manera afirmativa.

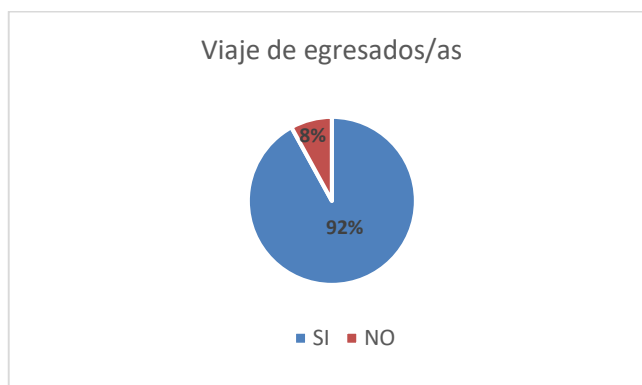
5.2. Factores influyentes en los padres de los egresados de nivel primario a la hora de contratar el viaje.

Para poder realizar un análisis completo de la demanda y, con la finalidad de conocer cuáles han sido los factores más influyentes en ellos a la hora de contratar el viaje para sus hijos/as y su opinión respecto a la realización de los mismos, se ha llevado a cabo una encuesta online compuesta por preguntas abiertas y cerradas a 30 padres y madres de alumnos/as egresados en el año 2021 y 2022 de escuelas públicas y privadas de la ciudad de Bahía Blanca.

A partir de los resultados arrojados por las encuestas, se puede observar que tan sólo el 8% de los encuestados respondió negativamente a la pregunta sobre si su hijo/a había realizado el viaje de egresados en la escuela primaria, mientras que el 92% de ellos, respondió de manera afirmativa (Gráfico N° 7)

GRAFICO N° 7

Egresados/as que realizaron el viaje



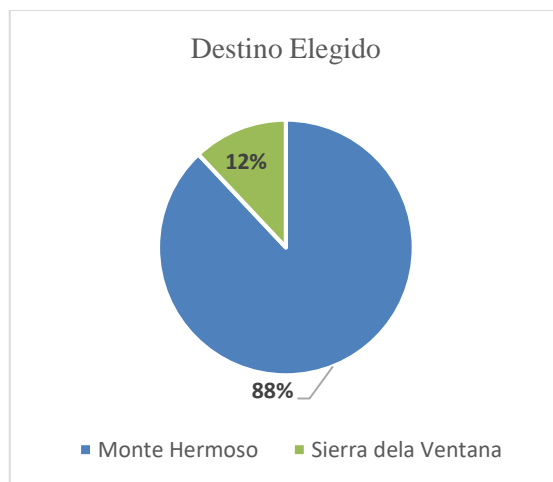
Fuente: Fuente: Majo, M.F., con base en Google Forms, 2023.

De ese 8% que respondió de manera negativa, el 50% indicó que la causa fue debido a problemas de índole económico y el otro 50% debido a una desorganización en el curso a la hora de planificar el viaje, motivo que desalentó la realización del mismo.

Por otro lado, al 92% que respondió de manera afirmativa, se les preguntó cuál había sido el destino elegido y los motivos que llevaron a la elección del mismo. El 88% indicó que habían elegido Monte Hermoso; y en menor porcentaje, el 12% había optado por Sierra de la Ventana (Gráfico N° 8).

GRAFICO N° 8

Destino elegido



Fuente: Fuente: Majo, M.F., con base en Google Forms, 2023.

Cuando la elección del destino elegido se trató de Monte Hermoso, los principales motivos que brindaron los padres/madres sobre la elección del mismo y en comparación a la propuesta de Sierra de la Ventana, fueron los siguientes:

- Instalaciones y actividades mucho más recreativas y tentadoras.
- Monte Hermoso presentaba una preparación mayor como destino, en relación a la infraestructura y recreación para la edad de sus hijos/as.
- La distancia desde Bahía Blanca a Monte Hermoso, que, si bien es aproximadamente la misma que hay hasta Sierra de la Ventana, Monte Hermoso les resulta un lugar mucho más familiar.
- Monte Hermoso es un destino en el cual muchas de las familias cuentan con segundas residencias. Motivo por el cual ciertos grupos (madres principalmente), organizaban un

viaje al lugar, en la misma fecha que sus hijos/as se encontraban allí, para estar más próximos por cualquier inconveniente y para sentirse más tranquilas.

- Muchos expresaron que se llevó a votación la elección del destino y que Monte Hermoso había sido la propuesta ganadora porque varios de sus otros hijos/as mayores, ya habían realizado su viaje de egresados allí.

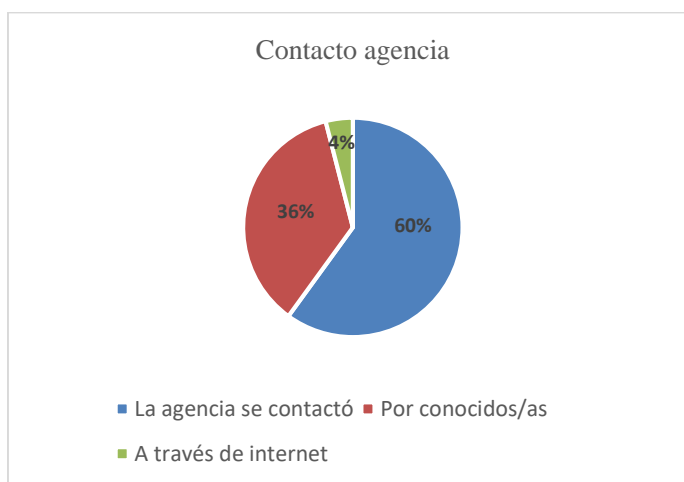
Por otro lado, aquella minoría que había optado por la propuesta a Sierra de la Ventana, indicó dos motivos para fundamentar su elección:

- Cercanía en kilómetros desde Bahía Blanca a Sierra de la Ventana.
- Monte Hermoso era un destino que siempre visitaban en el verano y sus hijos/as ya conocían y tenían la posibilidad de frecuentar más veces.

En relación a la pregunta sobre cómo había sido el contacto con la agencia elegida para la realización del viaje, el 60% indicó que había sido la agencia quien los contactó a ellos, a través de un asesor comercial. El 36% respondió que la llegada fue a través de recomendación de otros padres/madres y en un pequeño porcentaje, el 4%, que habían llegado a ella, a través de internet (Gráfico N°9).

GRAFICO N° 9

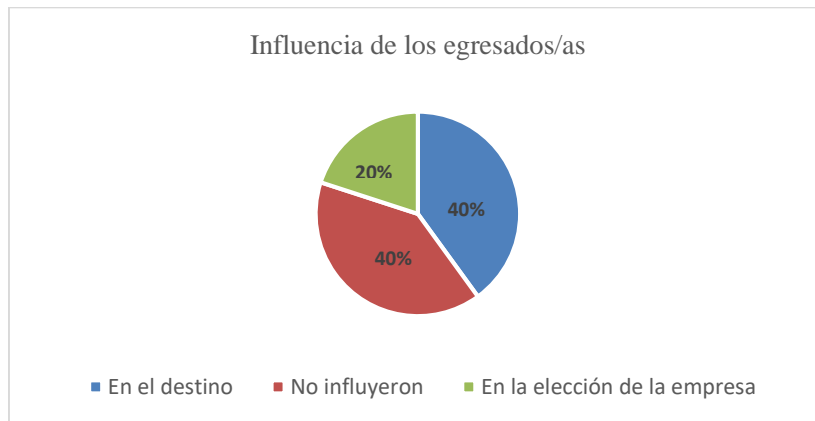
Contacto con la agencia elegida



Fuente: Fuente: Majo, M.F., con base en Google Forms, 2023.

Frente a la pregunta sobre en qué habían tenido mayor participación los egresados/as, el 40% indicó que en lo que más influyeron, fue en la elección del destino elegido. En un mismo porcentaje, indicaron que no habían influido en nada y el 20% coincidió que había sido en la elección de la empresa con la cual habían realizado el viaje (Gráfico N° 10).

GRAFICO N° 9

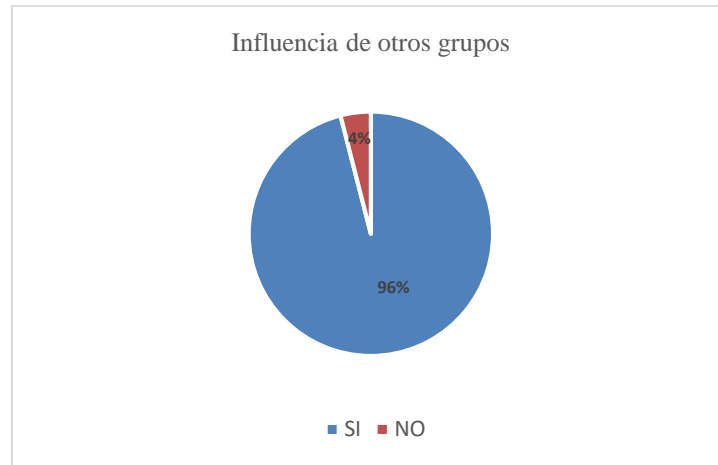
Influencia de los egresados/as

Fuente: Fuente: Majo, M.F., con base en Google Forms, 2023.

El 96% de los encuestados, aseguró que las referencias y opiniones sobre qué destino y qué agencia había elegido el grupo de egresados el año anterior, tuvo influencia en las decisiones que ellos tomaron. Mientras que tan sólo el 4% respondió de manera negativa (Gráfico N° 10).

GRAFICO N° 9

Influencia de otros grupos

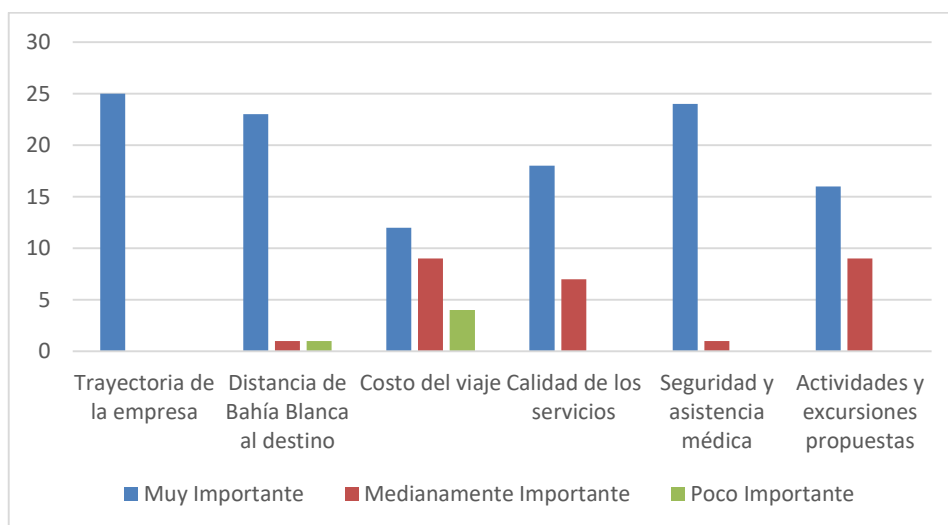


Fuente: Fuente: Majo, M.F., con base en Google Forms, 2023.

Se les solicitó a los encuestados, que clasifiquen según el grado de importancia (entre muy importante, medianamente importante y poco importante) los siguientes factores: trayectoria de la empresa, distancia desde Bahía Blanca al destino elegido, costo del viaje, calidad de los servicios, seguridad y asistencia médica, actividades y excursiones propuestas. Los resultados arrojados, fueron los siguientes (Gráfico N° 10).

GRAFICO N° 10

Factores según el grado de importancia



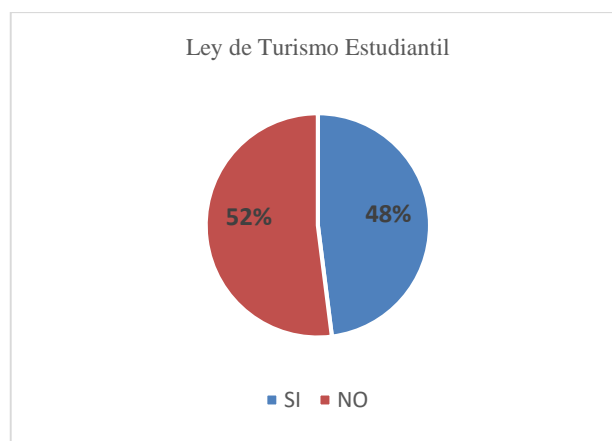
Fuente: Fuente: Majo, M.F., con base en Google Forms, 2023.

Se puede observar que las variables que mayor grado de importancia tuvieron para las familias, fueron la trayectoria de la empresa elegida para realizar el viaje, la distancia del destino elegido en relación a Bahía Blanca y la seguridad y asistencia médica ofrecida.

Por otro lado, se les preguntó a los encuestados si a la hora de contratar el viaje de egresados/as, tenían conocimiento de la existencia de la Ley de Turismo Estudiantil y de los requisitos que deben cumplir las agencias para comercializar ese tipo de viajes. El 52% indicó que no sabía de la existencia de la misma; y el 48% de los encuestados respondió que tenía conocimiento de dicha ley e incluso que se habían apoyado en ella a la hora de contratar el viaje (Gráfico N° 11)

GRAFICO N° 11

Conocimiento de la existencia de la Ley de Turismo Estudiantil



Fuente: Fuente: Majo, M.F., con base en Google Forms, 2023.

Más allá de dichos resultados, el 100% de los encuestados, respondió de manera afirmativa cuando se les consultó si la agencia elegida, había cumplido con lo pautado en el contrato celebrado por ambas partes a la hora de contratar el viaje.

Además, el 100% de los encuestados, también contestó de manera favorable cuando se les preguntó si en caso de tener otro hijo/a en edad escolar, que aún no haya egresado de la escuela primaria, desearían que viva la experiencia del viaje de egresados/as.

En una última instancia, se les pidió a los encuestados que brinden su opinión sobre la realización del viaje de egresados en la escuela primaria. Algunas de dichas opiniones fueron las siguientes:

“...me encanta que puedan darle fin a esta etapa con un viaje todos juntos ya que después muchos alumnos se van a otras escuelas”.

“...son importantes para su desarrollo personal, ser más independientes, y generar más vínculos”.

“...es una excelente idea, disfrutan estar juntos y son experiencias que siempre suman”.

“...me parece que es una excelente manera de cierre a un ciclo escolar”.

“... además de aportar a su formación, generan vínculos más fuertes entre amigos y es un recuerdo para toda la vida”.

CAPÍTULO VI: Análisis de caso – Monte Hermoso

6.1. Localización y accesibilidad

La localidad de Monte Hermoso es uno de los principales centros turísticos del sudoeste bonaerense. Es la ciudad cabecera del partido homónimo, el cual se extiende paralelamente al mar en dirección este-oeste por una longitud de 32 km y, limita al sur con el Océano Atlántico, al norte y al este con el partido de Coronel Dorrego y al oeste con el partido de Coronel de Marina Rosales.

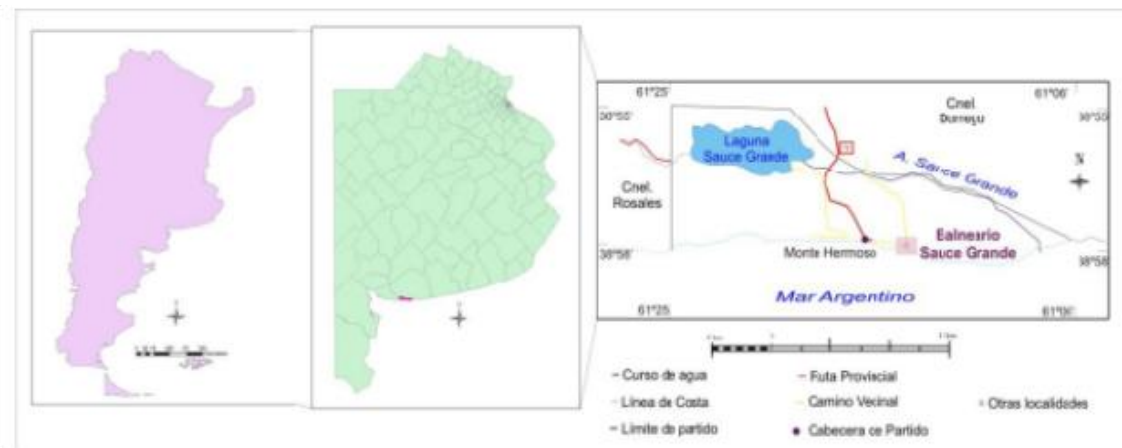
El 1 de abril de 1979, Monte Hermoso, fue creado, como distrito de jurisdicción independiente, bajo la denominación de Municipio Urbano de Monte Hermoso. Años más tarde, precisamente el 23 de mayo de 1983 (con la promulgación de la Ley 9.949), es declarado finalmente como Partido de Monte Hermoso.

Según el último Censo la población es de 8.821 habitantes (INDEC, 2022), si comparamos dicho resultado, con el del Censo realizado en 2010, donde el total de habitantes fue de 6.499, Monte Hermoso obtuvo 2.322 nuevos residentes.

La ciudad cabecera del partido, es Monte Hermoso, constituyendo el principal núcleo urbano, ubicándose a unos 7 km. al este el balneario Sauce Grande. Se comunica con el resto de la

provincia de Buenos Aires por transporte terrestre a través de la ruta nacional N°3 para luego empalmar con la ruta provincial N°78 de una distancia de 26 km. ambas totalmente asfaltadas. Posteriormente, a unos 5 km del acceso existe una bifurcación que deriva en un camino sinuoso y otro totalmente pavimentado continuando el trazado asfáltico siendo la principal entrada a la localidad. Además, se puede llegar vía aérea a través del aeropuerto Comandante Espora en la ciudad de Bahía Blanca, ubicada a 100 km. del balneario (Regalado, 2013).

FIGURA N° 2
Localización de Monte Hermoso



Fuente: Gelardi, A., 2013.

Por su ubicación geográfica (de este a oeste) es la única en el país donde el sol nace y se pone en el mar, esta característica le permite al visitante permanecer en ella durante más tiempo, sin conos de sombra, además de la temperatura de sus aguas, que es superior en 5° C a las de otras playas.

El área se encuentra dentro de la zona de clima templado pampeano, con ciertas características bien diferenciadas debido a la influencia que presenta el mar. La temperatura media anual asciende a los 15° C, siendo enero el mes que presenta temperaturas más elevadas con una media de 21. 7° C y junio el más frío con 7.7°C de temperatura media. A su vez, se pueden dar temperaturas extremas pudiendo las mismas alcanzar los 49° C (Del Pozo, 2001).

El sector costero está constituido por un sistema de playa de morfología plana la cual se extiende por un largo de 32 km. y posee un ancho que oscila entre los 50 a 100 metros, con mayor amplitud hacia el Este. La misma está compuesta de arenas de grano fino a mediano, ricas en hierro, sin presencia de arcilla ni limos, con suave declive hacia el mar. A lo largo de la playa se extiende una cadena de dunas, las cuales presentan en algunos casos vegetación y en otros sólo médanos vivos (Del Pozo, 2001).

6.1.2. Oferta turística de Monte Hermoso

La actividad turística es la principal actividad económica y fuente de ingresos de la localidad. Se caracteriza por un turismo masivo, de sol y playa con una marcada estacionalidad en época estival siendo enero y febrero los meses de mayor concurrencia de turistas, aunque en los últimos años se ha hecho un gran esfuerzo por diversificar la oferta con distintos eventos a lo largo del año, como, por ejemplo, la fiesta de la primavera, Semana Santa, vacaciones de invierno, viajes de egresados, entre otros. La localidad cuenta con infraestructura turística básica, pero completa, con gran variedad de establecimientos gastronómicos, de alojamiento y entretenimiento, y una serie de paradores situados en la línea de playa (Regalado Aragón, 2013).

Tal como se ha mencionado, la ciudad de Monte Hermoso es un destino de sol y playa, mayoritariamente de tipo residencial, en el cual se identifica como la primera opción de alojamiento, las casas o departamentos en alquiler, seguido por las casas propias o de familiares y ubicándose el hotel en tercer lugar como alojamiento elegido (UNS 2019).

Con respecto a la calidad de los servicios, los turistas consideran que la atención recibida es en general muy buena, destacando también la tranquilidad, el orden y la limpieza de la ciudad (UNS, 2019).

La oferta de servicios turísticos del balneario está determinada por pequeñas y medianas empresas familiares o unipersonales, que brindan alojamiento, alimentación, excursiones y transporte. Las propuestas de atractivos naturales son las que generan mayor interés en la demanda por su alto grado de diferenciación, destacándose principalmente la playa. En cuanto a los atractivos culturales, si bien no son de alta jerarquía, conforman una oferta complementaria del producto sol y playa. En su mayoría se localizan dentro de la planta urbana o en sus

inmediaciones, por lo tanto, son accesibles y representan una alternativa posible de integración a circuitos turísticos (Murello, 2005).

Cabe destacar también, que la Municipalidad de Monte Hermoso en conjunto con distintos sectores e instituciones pertenecientes a la ciudad, han ido promoviendo y desarrollando en los últimos años un crecimiento no solo en infraestructura turística sino también en la creación de nuevos productos turísticos para diversificar la oferta existente.

Los principales atractivos con los que cuenta la ciudad balnearia de Monte Hermoso son:

- Atractivos Naturales: playa; recurso ictícola (pesca); laguna Sauce Grande; cordón dunario; desembocadura del río Sauce Grande; reserva natural provincial Pehuen Có-Monte Hermoso.
- Atractivos Culturales: peatonal Dufaur; peatonal Dorrego; Faro Recalada; museo Naval; museo municipal de Ciencias Naturales; museo Histórico Municipal; Centro de Convenciones; Centro Cultural ex cine Monte Hermoso; casino; Balneario Sauce Grande; paseo del Pinar; feria de artesanías; plaza parque Gral. Don José de San Martín; plaza de la memoria; Anfiteatro Jorge Pedro Chiaradía; Anfiteatro Alejandro José de Robbio; Parque de agua Complejo Americano; Complejo del Sol; fiesta de las colectividades; fiesta de fin de año; fiesta del verano; encuentro anual de poetas “La Poesía y el Mar”; fiesta nacional de la primavera; fiesta de la cerveza; Biblioteca Popular; Complejo Polideportivo Municipal; Monte Hermoso corre 10K.

En cuanto a la oferta de alojamiento turístico de Monte Hermoso, la misma está compuesta por hoteles, apart hoteles, hostels y campings los cuales se detallan a continuación:

CUADRO N° 4

Hoteles - Monte Hermoso

Nombre	Dirección
Aires de Mar	Av. Bahía Blanca 55
Altea	Av. Argentina 830

Ameghino	Valle Encantado 60
América	Valle Encantado 91
Atlas	San Lorenzo 93
Bambú	Rio Neuquén 50
Capri	Gregorio Juárez 209 esq. Av. Faro Recalada
Confiar	Av. Costanera Pte. Juan D. Perón 50
Costa Azul	Sansot 365
D' Horizont	Av. Costanera Pte. Juan D. Perón 675
España	Av. Argentina y Pedro de Mendoza
Faro Recalada	Av. Faro Recalada 343
Florida	Av. Bahía Blanca 1099 esq. Dr. R. Zabala
Las Dunas	Las Dunas 531
Li - Del	Antonio B. Costa 40
Monte Hermoso	Av. Faro Recalada 1097 esq. Dr. R. Zabala
Nauta	E. Dufaur 635
Polo	Pedro de Mendoza 62
Prince	Dr Vega 70
Saúl	Av. Bahía Blanca 401 esq. Antonio B. Costa
Savoy	Dr. E. Viega 42
Soleado	E. Dufaur 490
Traful	Av. Int. Majluf 343

Fuente: Majo, F. 2023, sobre la información del sitio oficial

<https://montehermoso.gov.ar/sitio/servicios/servicios-de-alojamientos>

CUADRO N° 5

Apart Hoteles - Monte Hermoso

Nombre	Dirección
Aldea Argentina	Las Gaviotas 272
Arcos	Av. Faro Recalada 272
Italia	Av. Faro Recalada 250
La Marina Apart de Mar	Los Chingolos 360
Li - Del	Av. Costanera Pte. Juan D. Perón 433
Mar del Este	Av. Costanera Pte. Juan D. Perón y Traful Bis
Mar Nuestro	Traful Bis 195
Pinar del Sol	Las Almejas 2118
Posada del Mar	Av. Faro Recalada 190
Saúl	Av. Bahía Blanca 401 esq. Antonio B. Costa
Strada Di Francesco	Patagonia 205 esq. Av. Faro Recalada
Villa Obispo	Av. Intendente Majluf 354

Fuente: Majo, F. 2023, sobre la información del sitio oficial

<https://montehermoso.gov.ar/sitio/servicios/servicios-de-alojamientos>

CUADRO N° 6

Hostels - Monte Hermoso

Nombre	Dirección
Hospedaje de William	Av. Faro Recalada 214
Nuevo Ancla	Peatonal E. Dufaur 65
Pescado Rabioso	Lucinda Sutton 659

Fuente: Majo, F. 2023, sobre la información del sitio oficial

<https://montehermoso.gov.ar/sitio/servicios/servicios-de-alojamientos>

CUADRO N° 7

Campings - Monte Hermoso

Nombre	Dirección
Arco Iris	Padre Mario Zuchiatti 615
Complejo Americano	Av. Costanera Oeste Pte. Juan D. Perón 5000
Hipocampo	Acceso Este Ruta 78 1300
Sinuoso Oeste	La Rioja 1250
Y.M.C.A.Mar	Salta 94 esq. Chascomús

Fuente: Majo, F. 2023, sobre la información del sitio oficial

<https://montehermoso.gov.ar/sitio/servicios/servicios-de-alojamientos>

6.2. Propuestas ofrecidas en la ciudad de Monte Hermoso para los egresados del nivel primario.

Dentro de las propuestas que se ofrecen en la ciudad de Monte Hermoso para los alumnos/as egresados del nivel primario, podemos encontrar dos, una de ellas ofrecida por la agencia Surland Viajes y la otra ofrecida por el Complejo Americano.

En relación a la propuesta ofrecida por la agencia Surland Viajes, la duración de la misma, queda a elección del grupo, pudiendo ser de 5 días y 4 noches en destino o bien, de 3 días y 2 noches. La fecha de viaje está comprendida entre los meses de noviembre y diciembre.

El grupo se aloja dentro del complejo Aldea Argentina apart de Mar, en cabañas completamente equipadas, el complejo está situado a tan solo 200 metros de la playa y rodeado de un increíble marco de naturaleza. Además, cuenta con piscina climatizada y un sector de playroom. Dentro del complejo, hay personal de salud las 24hs del día y coordinadores generales a cargo de cada excursión.

La transportación es en bus de larga distancia, a cargo de Autotransporte Ceres, con unidades de última generación equipados con high tech, led tv, bluetooth, usb. Todos equipados con rastreo satelital, apoyo logístico y mecánico en ruta con bases operativas en distintos puntos del recorrido.

En lo que respecta a las actividades de día, algunas de ellas son:

- Fiesta de bienvenida.
- Circuito de paintball recreativo.
- Experiencia 4x4 en los médanos.
- Día de playa u fiesta de la espuma.
- Visita a la Laguna Sauce Grande, ubicada a 7km al noroeste de Monte Hermoso.

En cuanto a las actividades nocturnas, todas ellas son exclusivas para los egresados y a cargo de adultos responsable. Cuentan con cena de velas, fogón emotivo y fiesta de disfraces flúor.

Además, la propuesta incluye la posibilidad de contar con 1 padre/madre liberado (es decir que tiene el viaje bonificado) para que pueda acompañar al grupo, en representación de todas las familias.

En relación a la propuesta ofrecida al Complejo Americano, Monte Hermoso, la misma se detalla a continuación:

El Complejo Americano se encuentra ubicado en el sudoeste de la Provincia de Bs As. en la ciudad de Monte Hermoso. Estratégicamente ubicado en el sector oeste de la ciudad, rodeado de un inmenso marco natural. En dicha propuesta, todas las actividades se centran dentro del mismo complejo.

El contingente se aloja en habitaciones privadas con el máximo confort para ellos. El complejo está totalmente adaptado y equipado para los chicos.

Actividades que están incluidas:

- El grupo puede disfrutar del parque de agua, haciendo uso ilimitado del mismo, cabe destacar que las piletas cuentan con permanente supervisión del staff de guardavidas.
- Parque aéreo Costa Aventura: un parque hecho a 4,5 metros de altura, de 120 metros de línea de juegos aéreos.
- Sandboard y trineos de arena en los médanos blancos.
- Desafío de supervivencia.
- Paintball en el bosque, el cual consta de un juego de tiro al blanco recreativo.
- Juegos de inflables acuáticos en las distintas piletas que ofrece el Complejo.
- Fiesta de la espuma.

Cabe destacar que todas las actividades, están a cargo de profesores de educación física y especialistas en recreación.

En materia de seguridad, el complejo es exclusivo para los grupos y colegios, es decir que permanece cerrado al público y cuenta con un sistema de monitoreo las 24hs del día.

CAPÍTULO VII: Diagnóstico y propuestas

7.1. Matriz FODA

El análisis FODA es una metodología de estudio de la situación de una empresa, un proyecto, un producto o un individuo, donde se analizan sus características internas y situaciones externas (Ramos, 2013).

A continuación, se expondrá la elaboración de la matriz FODA, herramienta básica que permite sistematizar el estudio en forma integral a partir de analizar y definir las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, en relación a la ciudad de Monte Hermoso como destino para los viajes de egresados del nivel primario de la ciudad de Bahía Blanca.

FODA de la ciudad de Monte Hermoso:

Fortalezas:

- Proximidad y buena conectividad con la ciudad de Bahía Blanca.
- Variedad y alta calidad de recursos naturales.
- Gran extensión de playas.
- Tranquilidad y seguridad.
- Marcado crecimiento del turismo en Monte Hermoso.

Oportunidades:

- Destino conocido y elegido por la comunidad bahiense.
- Crecimiento del turismo estudiantil a nivel nacional.
- Repetitividad de la demanda en la elección del destino, debido a grupos de influencia.

Debilidades

- Baja oferta en la prestación de servicios de hotelería que se adapten a las necesidades de los egresados/as.
- Insuficientes propuestas turístico-recreativas fuera de temporada alta.
- Falta de políticas de promoción en relación al turismo estudiantil.

Amenazas:

- Crecimiento de destinos y propuestas en Sierra de la Ventana para los egresados/as del nivel primario.
- Aumento de las exigencias en la calidad de los servicios y en materia de seguridad por parte de los padres/ madres de los egresados/as del nivel primario.

7.2. Propuestas

Con el fin de potenciar la realización de los viajes de egresados del nivel primario de las escuelas de Bahía Blanca, eligiendo como destino la ciudad de Monte Hermoso, se presentan a continuación una serie de propuestas posibles a ser desarrolladas para dicho objetivo.

Para la elaboración de las mismas, se tuvo en cuenta el análisis realizado en el transcurso de la investigación, como también, la información obtenida en las encuestas realizadas.

Programa N° 1: “Challenge Solidario”

Este concurso se basa en la colaboración conjunta entre los alumnos/as y familias de los egresados/as de 6to grado de la escuela primaria, el municipio de Bahía Blanca y demás organizaciones, como así también la participación de entes privados (agencias de viajes que deseen participar) y la población local. El objetivo de la competencia se basa en la realización de diversas propuestas recreativas, donde los colegios y cursos que se inscriban, deben realizar distintas acciones que contribuyan a concientizar sobre la importancia del cuidado del medioambiente y el reciclaje responsable, ayudar a distintos comedores de la ciudad con alimentos no perecederos y a no olvidar la importancia de jugar. Es un desafío en donde todos los equipos que se inscriban, compiten entre ellos para sumar puntos e ir avanzando en las diferentes etapas, participando durante cuatro semanas (cada una de ellas contará con una actividad diferente), y siendo el premio final, el viaje de egresados a la ciudad de Monte Hermoso, para aquel curso que gane el primer puesto. El segundo lugar recibe buzos de egresados para toda la división y pintura para mejorar su escuela. En cada uno de los desafíos, cada curso que participe, suma un determinado puntaje y , al final del concurso, los equipos que mayor puntaje sumen, son los ganadores.

Este concurso cuenta con los siguientes desafíos:

- **Desafío N°1: La foto viajera:** Cada una de las divisiones que se haya inscripto al concurso, debe tomarse una foto (de todos los alumnos/as) y subir a la página oficial del Challenge Solidario. Por cada like que obtengan de sus familiares, amigos y gente que los apoye, suman un punto.

- **Desafío N° 2: Ecocanje:** el desafío consiste en que los alumnos/as y sus familias puedan recolectar la mayor cantidad de material reciclable (botellas, papel o cartón) para colaborar con la recolección que lleva a cabo el Programa Municipal ECOCANJE, organizado por la Subsecretaría de Gestión Ambiental de la Municipalidad de Bahía Blanca a través del Departamento de Saneamiento Ambiental.
- **Desafío N° 3: Medioambiente:** el desafío consiste en que cada grupo pueda realizar un video de no más de un minuto donde pueda desarrollar una temática relacionada al medioambiente y la importancia de su cuidado. Los videos se comparten en la página oficial y reciben puntajes al igual que la fotografía del primer desafío.
- **Desafío N°4: Sumemos compañerismo:** en este desafío, el objetivo es lograr concientizar y poder plasmar la importancia de fomentar el compañerismo y combatir el bullying en el ámbito educativo. Para ello, los alumnos/as deben escribir en grupo ejemplos de cómo tratar a los demás con amabilidad y respeto

Programa N° 2: “Egresados Festival”

La propuesta consiste en organizar un encuentro, realizando previo un trabajo de promoción y difusión, para que los alumnos/as de sexto grado de la escuela primaria, asistan a un evento de integración y actividades, donde puedan vivir unas horas de lo que sería su futuro viaje de egresados. Además de conocer e interactuar con alumnos de otras escuelas, se realizan charlas con profesionales sobre la importancia del cuidado del medio ambiente, de la integración y el buen compañerismo. Dicho evento involucra a todos los futuros egresados de las escuelas del nivel primario de Bahía Blanca, para fomentar la realización de los viajes de egresados en esta etapa. Se invita a todas las agencias habilitadas que comercializan dichos viajes, para que puedan presentar sus propuestas y dar a conocer la manera en que trabajan con los grupos y algunas de las actividades recreativas que realizan en destino.

Además, es de interés, llevar a cabo sorteos, realizar convenios para obtener descuentos en determinadas tiendas de ropa, donde luego las familias puedan realizar el buzo de egresados.

CAPÍTULO VIII: CONSIDERACIONES FINALES

En el presente trabajo se analizaron los principales conceptos teóricos para conocer y analizar al turismo estudiantil de nivel primario de la ciudad de Bahía Blanca. Repasando los objetivos propuestos, se puede observar que se fueron cumpliendo a lo largo de la investigación.

A continuación, se exponen las hipótesis planteadas y sus conclusiones:

H1 – La información sobre los viajes de egresados del nivel primario de alumnos/as de Bahía Blanca, es escasa.

Tal como se mencionó al inicio de la investigación, la ciudad de Bahía Blanca cuenta con numerosas agencias de turismo, pero tan sólo dos de ellas se especializan en viajes de egresados de primaria. Por otro lado, se observa que Bahía Blanca cuenta con una gran cantidad de escuelas tanto de orden privado como estatal, existiendo una gran cantidad de alumnos/as que podrían vivir la experiencia del viaje de egresados en la etapa de la primaria.

A lo largo del análisis se observa que, si bien los viajes de egresados en la escuela primaria, representan un acontecimiento de gran relevancia, ya que son un hito que marca el fin de una etapa y el paso a la escuela secundaria, es poca la oferta que existe en la ciudad para la realización de dicho viaje. Además, se observa que falta difusión e información sobre, por ejemplo, el conocimiento sobre la Ley que regula al turismo estudiantil, ya que, si nos basamos en las respuestas de aquellas familias encuestadas, más del 50% han afirmado que desconocían su existencia.

H2 – La ciudad balnearia de Monte Hermoso es un destino ideal para la realización de los viajes de egresados de los alumnos/as de las escuelas de nivel primario de la ciudad de Bahía Blanca.

En base al trabajo expuesto, se decidió realizar un análisis FODA para la ciudad de Monte Hermoso, donde se indican las potencialidades y oportunidades que posee desde una perspectiva como destino ideal para la realización del viaje de egresados en la primaria, para los alumnos/as de las escuelas de Bahía Blanca. Como, por ejemplo, la proximidad y buena conectividad con la ciudad de Bahía Blanca o la tranquilidad y seguridad que presenta el destino; y también se resaltan las debilidades y amenazas que se observan, destacándose las insuficientes propuestas turístico - recreativas fuera de temporada alta.

Las propuestas se estructuraron en base a la realización de diferentes eventos que permitan, por un lado, integrar a los alumnos del nivel primario de las diferentes escuelas de la ciudad de Bahía Blanca. Por otro lado, dar a conocer las propuestas existentes para este tipo de viajes y fomentar la realización de los mismos como ritual para dar cierre a la etapa de la escuela primaria.

En definitiva, vale mencionar que el turismo estudiantil se presenta como una forma de complementar la oferta turística de un destino y como una oportunidad de crecimiento. Además de ser un campo que se mantiene en constante crecimiento y que es generador de expectativas y experiencias inolvidables para quienes lo realizan.

BIBLIOGRAFÍA

- APAZA ARROBA, N.E. (2016): *“Turismo estudiantil para el desarrollo integral educativo a través del aprendizaje significativo de circuitos turísticos temáticos”*. La Paz, Bolivia.
- ARAMBURU, S. Y CASANOVA FERRO, G. (2007): *“Argentina Turismo Estudiantil”*. Publicado: La ley 2007.
- AROCENA, J. (2007). *“Gestión estratégica de un destino turístico: caso de estudio Bahía Blanca”*. Tesis Máster Gestión Turística para el desarrollo local y regional. Universidad de Barcelona. Inédito.
- BARREIRO, K. (2007): *“Turismo Estudiantil, breve panorama de su evolución y actualidad”*
- BENITEZ, A. Y RIVERO VIDELA, Y. (2007): *“Problemática del turismo estudiantil”*. Universidad de Palermo, Buenos Aires.
- DEL POZO, O. (2001). *“El proceso de urbanización y la degradación ambiental del ecosistema costero. Municipio de Monte Hermoso”* Tesis de Magister en Gestión Ambiental del desarrollo urbano. Inédita. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.
- ERCOLANI, P. y VISCIARELLI, S. (2002) Características de la demanda de un centro turístico del sudoeste de la provincia de Buenos Aires: el municipio de Monte Hermoso. En V Jornadas Nacionales de Investigación-acción en turismo. Mar del Plata.
- FUSTER FERNANDEZ, L. (1991): *“Historia general del Turismo de Masas”*. Alianza editorial, Madrid.
- 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 ORO, E. Y LEYVA VELASQUEZ, N. (2009): *“La agencia de viajes, una empresa importante y poco conocida dentro del sector turístico actual”*.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ-COLLADO, C. y BAPTISTA LUCIO, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- KERZ COLLINS, M. (2012): “Turismo receptivo para estudiantes de nivel primario y secundario en la ciudad de Santa Fe”. Instituto Superior N° 4044. Instituto Superior N° 4044 “Sol”.
- LALLI, M. C. (2012). El turismo residencial desde la demanda turística. El caso Monte Hermoso. (Tesis de grado) Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.
- LEY NACIONAL N° 18.829 (1970). Ley Nacional de Agencias de Viajes. Buenos Aires, Argentina.
- LEY NACIONAL N° 25.599 (2004). Ley Nacional de Turismo Estudiantil. Buenos Aires, Argentina.
- LEY NACIONAL N° 25.997 (2004). Ley Nacional de Turismo. Buenos Aires, Argentina.
- LEY NACIONAL N° 26.206 (2006). Ley de Educación Nacional. Buenos Aires, Argentina.
- Leonard J. Lickorish, L, Carson, L. (1997): *“Una introducción al Turismo”*, Ed. Síntesis. España.
- MURELLO, D. (2005). Desarrollo y Gestión Local del Turismo Caso de Estudio: Monte Hermoso. Maestría en Desarrollo y Gestión de Destinos Turísticos. Universidad Nacional de Quilmes.
- OMT, O. (1994). “Diversidad en las modalidades y ofertas turísticas del mundo”.
- OMT, O. (1998). “Introducción al turismo. Ed. Egraf, Madrid. (España).
- QUESADA CASTRO, R. (1989): *“Elementos de Turismo”*. Universidad Estatal a Distancia.
- RAMOS, D. (2013). “Innovación y productividad en el sector turismo: El caso del turismo rural en Argentina.

- REGALADO ARAGÓN, M. J. (2013): El consumo turístico en destinos litorales. Estudio de caso Monte Hermoso. (Tesis de grado) Universidad Nacional del Sur.
- RICHARDS, G. Y WILSON, J. (2004): “Nuevos horizontes en el turismo independiente, juvenil y estudiantil”. Informe para la Internacional Student Travel Confederation (ISTC).
- TALE, C. (2005): “Contrato de Viaje” Tomo II. Ed. Hammurabi. Buenos Aires.

Sitios Webs Consultados

<https://www.entornoturistico.com/los-15-sucesos-que-modificaron-la-historia-del-turismo>

https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/poblacion/cnphv2022_resultados_provisionales.pdf

www.bahiablanca.gov.ar

<https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes>

<https://montehermoso.gov.ar/turismomh>

<https://www.lanueva.com/nota/2017-5-3-7-0-0-viajes-de-egresados-de-primaria-la-moda-que-pisa-fuerte-en-monte-hermoso>

Bibliotecas Consultadas

Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur.

ANEXOS

ANEXO 1. Encuesta realizada a las familias de los alumnos/as que egresaron de la primaria en 2021 y 2022.

Fecha de la encuesta:

1. ¿En qué año se egresó tu hijo/a de la escuela primaria?
 - 2021
 - 2022

2. Escuela a la cual asistía cuando egresó de la primaria: _____

3. ¿Realizó viaje de egresados/as?
 - Si
 - No

4. En caso de respuesta negativa, ¿por qué motivos?
 - Económicos
 - De seguridad
 - Desorganización del curso
 - Falta de información de la agencia de turismo estudiantil
 - Otros

5. En caso de respuesta afirmativa, ¿cuál fue el destino elegido y por qué?

6. ¿Cómo contactaron a la agencia elegida para realizar el viaje?
 - Por recomendación de algún conocido
 - A través de las redes sociales
 - La empresa nos contactó
 - Internet

7. ¿En qué influyeron los chicos/as en relación al viaje?
 - En el destino elegido
 - En la empresa elegida
 - No influyeron

8. ¿Influyó en la decisión del viaje, las referencias sobre qué destino y agencia había elegido el grupo de egresados del año anterior?

- Si
- No

9. Si tuvieras que clasificar según grado de importancia:

	Muy Importante	Medianamente Importante	Poco Importante
Trayectoria de la empresa			
Distancia desde Bahía Blanca al destino.			
Costo del viaje			
Calidad de los servicios ofrecidos			
Seguridad y asistencia médica			
Propuestas de las actividades y excursiones			

10. A la hora de contratar el viaje de egresados/as ¿Sabías de la existencia de la Ley de Turismo Estudiantil y los requisitos que deben cumplir las agencias para comercializar este tipo de viajes?

- Si y nos apoyamos en ella.
- No sabía que existía una ley que regula al turismo estudiantil.

11. ¿La empresa cumplió con las expectativas del viaje y con lo pautado en el contrato?

- Si
- No

12. ¿Qué opinión tenés sobre los viajes de egresados en la escuela primaria?

13. En caso de tener otro hijo/a que aún no haya egresado de la primaria, ¿quisieras que haga el viaje?

- Sí
- No

ANEXO 2. Encuesta realizada a los alumnos/as que egresaron en la primaria en 2021 y 2021.

Fecha de la encuesta:

1 ¿En qué año egresaste de la escuela primaria?

- 2021
- 2022

2 Escuela a la cual asistías cuando egresaste de la primaria: _____

3 Género

- Femenino
- Masculino

4 ¿Realizaste de viaje de egresados/as?

- Si
- No

5 En caso de que la respuesta sea sí, ¿A dónde?

- Monte Hermoso
- Sierra de la Ventana

6 En caso de que la respuesta sea no ¿Te hubiese gustado ir?

- Si
- No

7 ¿Por qué quisiste realizar el viaje?

- Porque iban todos mis compañeros/as
- Porque en mi familia hicieron el viaje de egresados en la primaria.
- Porque no conocía el lugar al que fuimos.

- 8 ¿Qué fue lo que más te gustó de tu viaje?
- El lugar al que fuimos.
 - Las actividades y los juegos.
 - Los profes y coordinadores/as que nos acompañaron.
 - Viajar con mis amigos/as.
- 9 ¿Recomendarías a un futuro egresado/a de la primaria a que haga el viaje?
- Si
 - No