



TURISMO ACADÉMICO LA PLATA



UNLP - FCE

TURISMO ACADÉMICO EN LA CIUDAD DE LA PLATA

Análisis y segmentación de la demanda

Ronit Estefanía Gossis

Alumno

ronit.gossis@gmail.com

e-mail

70331/9

Legajo

Eduardo A. Díaz

Director

26 de septiembre del 2012

Fecha de entrega



AGRADECIMIENTOS

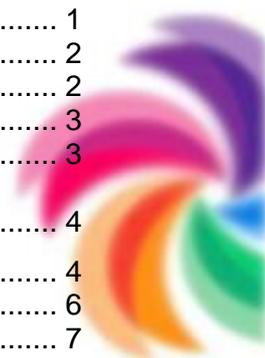
*A mi director, Eduardo A. Díaz, por su inestimable ayuda y
compromiso.*

*A la URIU y a la Prosecretaría de Posgrado de la UNLP por
su excelente predisposición y amabilidad.*

*A mis padres, por su incondicional apoyo durante toda la
carrera.*

Índice

Resumen	1
Problemática	2
Fundamentación	2
Objetivo general y específicos	3
Alcance de la investigación	3
Marco teórico	4
La internacionalización de la oferta académica en el mundo	4
En Argentina	6
En La Plata	7
Metodología	8
Procedimiento	8
Calculo de muestra	8
Entrevista	11
Encuesta	12
Capítulo I: El turismo académico	14
Distintas apreciaciones sobre el turismo académico	15
Marco Legal	16
Definición de turismo académico	19
Turismo académico en Argentina	19
Turismo académico en La Plata	20
Plan Estratégico 2010-2014 UNLP	24
Análisis FODA	24
Sub Programa 4.1.2.3	26
Sub Programa Operativo 26	26
Sub Programa Operativo 30	27
Capítulo II: Segmentación y análisis de la demanda de turismo académico	28
Estudiantes de grado	29
Grado de satisfacción con la ciudad de La Plata	29
Grado de satisfacción con la UNLP	31
Viajes y visitas	32
Alojamiento	32
Motivo de viaje	35
Elección de La Plata como destino	36
Estudiantes de posgrado	38
Grado de satisfacción con la ciudad de La Plata	39
Grado de satisfacción con la UNLP	41
Viajes y visitas	41
Alojamiento	42
Motivo de viaje	43
Elección de La Plata como destino	44
Consideraciones finales	45
Hipótesis	45
Pregunta de investigación	45



Conclusiones finales	46
Recomendaciones	50
Bibliografía	52
Recursos electrónicos.....	53
Leyes y Decretos	53



Anexos

Anexo I: Entrevistas Personales

- Anexo I.1 Alejandro García
- Anexo I.2 Astrid Osorio
- Anexo I.3 Fernando Rigone
- Anexo I.4 Eduardo Di Gusti
- Anexo I.5 Uriel Charne
- Anexo I.6 Gonzalo Ithurbide
- Anexo I.7 Juan Carlos Marino
- Anexo I.8 Pier Geffroy
- Anexo I.8 Pedro Mauregui Larranda

Anexo II: Encuesta

Anexo III: Ley Nacional de Migraciones 25.871 y Decreto 616/2010

Anexo IV: FODA – Plan Estratégico 2010 – 2014

Anexo V: Gráficos y cuadros - Estudiantes de grado

Anexo VI: Gráficos y cuadros - Estudiantes de posgrado

Anexo VII: Cuadros total de la muestra

Resumen

El presente trabajo analiza a los estudiantes extranjeros que arriban a la ciudad de La Plata para realizar un programa de intercambio o movilidad o una actividad de posgrado en la UNLP, desde una perspectiva turística.

Se evidencia la escasez de datos oficiales y la poca comparabilidad de la información existente; se analiza la internacionalización de la oferta académica de la UNLP, las leyes y decretos que regulan la estadía de los estudiantes en el país y finalmente se elabora una definición propia de turismo académico.

Se realiza un trabajo de campo donde se encuesta a una muestra determinada y se entrevista de manera personal a especialistas del ámbito del turismo y a representantes de la población. Se divide a la muestra en dos estratos: alumnos de grado y alumnos de posgrado, se describe cada grupo y se determina el nivel de satisfacción, referenciación y recomendación, tanto de La Plata como de la UNLP, para ambos.

A modo de conclusión se manifiesta que el turismo académico en la ciudad no es reconocido como una tipología de turismo y que los beneficios que trae no son sólo locales, sino también regionales gracias a la cantidad de visitas que reciben de sus familiares y amigos y a los viajes que realizan junto a ellos por el territorio Argentino.

Como recomendación, se propone la creación de un Plan de Promoción del Turismo Académico en la ciudad de La Plata, mediante el trabajo en conjunto de la UNLP, el Departamento de Turismo de la Facultad de Cs. Económicas y la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, a fin de maximizar los beneficios que conlleva esta tipología de turismo.

Problemática

Descubrir qué lleva a los estudiantes a elegir La Plata como destino de estudio. ¿Es la Universidad, es la ciudad de La Plata o un conjunto de ambas cosas? Qué característica tienen en común los participantes de este grupo de consumidores, para elaborar estrategias de captación efectivas y mejorar la calidad del servicio. Qué diferencias existen entre los estudiantes extranjeros de grado y los posgraduados.

Fundamentación

Conocer con precisión las características de la demanda de turismo académico aporta datos útiles a los actores de turismo de la ciudad de La Plata que desean planificar o tomar una decisión con el menor grado de error posible. Como por ejemplo, a la oferta de alojamiento. Saber cuál es el comportamiento de compra de este grupo de consumidores, sus preferencias, procedencia, los medios que utilizan para buscar alojamiento, qué fue lo que los motivó a venir a La Plata, cuánto tiempo se quedan en la ciudad y en qué período del año, es parte de la información necesaria para tomar decisiones y para también poder elaborar una estrategia de captación.

Por otro lado, es de utilidad para la Unidad de Relaciones Internacionales de la Universidad (de aquí en más URIU) y la Prosecretaría de Posgrado para evaluar su situación actual. Con el presente trabajo se obtiene información sobre las repercusiones que tiene la política de internacionalización de la oferta académica de la Universidad, vista desde una perspectiva diferente: de la actividad turística. Les permite entre otras cosas, comprender qué muestran las estadísticas sobre alumnos extranjeros; evaluar todos los beneficios que le aporta tanto a la Universidad como a la ciudad la visita de estos estudiantes; saber cuáles son las principales falencias que dificultan la admisión de un estudiante extranjero a la Universidad y analizar en qué los beneficia aumentar la internacionalización de la oferta académica.

Desde el punto de vista de los beneficios asociados al intercambio cultural que se produce con la llegada de estos estudiantes, es enriquecedor para las tres partes: la población local, los turistas y también para la UNLP, que de esta manera, logra “exportar”, entre otras cuestiones, sus conocimientos al exterior, promocionarse y posicionarse a nivel mundial.¹

En definitiva, esta investigación busca el desarrollo de los conocimientos en la disciplina turística. Es el primer trabajo que estudia a este grupo de consumidores desde el punto de vista del turismo en la ciudad de La Plata.

¹ Ver entrevista al Lic. Alejandro García, Anexo I.1.

Objetivo general

Segmentar a la demanda de estudiantes extranjeros que arriban a La Plata para realizar turismo académico y analizar cada uno de los subsegmentos.

Objetivos específicos

- Definir la tipología “turismo académico”
- Identificar a la demanda y segmentarla en base a un criterio adecuado para el desarrollo de la tesis
- Detectar los motivadores que llevan a los individuos a tomar la decisión de viajar.
- Analizar la política de Relaciones Internacionales de la UNLP
- Estudiar cómo es el proceso de elección del destino
- Establecer el nivel de satisfacción de la demanda
- Determinar ventajas y desventajas para los 3 agentes involucrados: para la Universidad, para el estudiante extranjero y para el destino La Plata.

Alcance

El presente trabajo se limita a estudiar a aquellos estudiantes extranjeros que hayan venido a la UNLP por un programa de intercambio o movilidad de grado, a realizar un posgrado, maestría, especialización o doctorado completo o bien parte del mismo entre el 2005 y el 2011. Siempre y cuando su estadía consecutiva en la ciudad haya sido inferior a un año, para que sean considerados turistas (OMT). Si la estadía fue superior a un año, para estar al alcance de este análisis, el individuo debió haber regresado a su país al menos una vez.

Marco teórico

La internacionalización de la educación superior

En el mundo

En los últimos años la oferta de educación superior ha evolucionado. Existen carreras a distancia o semi-presenciales, especializaciones, gran variedad de posgrados. Ya no es la única alternativa estudiar en la ciudad o país de residencia, miles de personas se trasladan anualmente a otros destinos con fines académicos. Realizar un semestre de la maestría en otro país, sumar créditos o puntos en otra Universidad es una tendencia. Esto transforma al mercado de la educación superior (Didou Aupetit & Medoza Rojas, 2005) en algo cada vez más competitivo e internacional.

Las universidades, en respuesta a esta tendencia, optan por una internacionalización de su oferta, no sólo por una necesidad cultural de adaptarse a este cambio, también por una cuestión económica (Safiro II, 2009). La forma de hacerlo es reforzando sus políticas de Relaciones Internacionales para mejorar su posición competitiva, incentivando la movilidad y el intercambio estudiantil, fortaleciendo las alianzas bilaterales con otras instituciones, ofreciendo posgrados y doctorados dirigidos a extranjeros.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), como organismo especializado de las Naciones Unidas y con competencia en el ámbito de la Educación, tiene un papel trascendental en el desarrollo de marcos para la Educación Superior. En el documento *Educación Superior en una sociedad mundializada* (UNESCO, 2004) se anuncia que no es posible analizar la mundialización de la educación superior sin referirse su internacionalización. Ambos términos: mundialización e internacionalización, suelen utilizarse incorrectamente como sinónimos. Sin embargo, la internacionalización de la oferta académica no es más que una de las formas que tiene la Educación Superior de reaccionar ante este nuevo escenario mundializado. También son desarrollados los componentes de la internacionalización: programas de estudio, enseñanza y aprendizaje, acuerdos, movilidad estudiantil y de docentes, promoción y cooperación, entre otros.

Analizada desde un enfoque más introspectivo hacia el interior de la Universidad, en la investigación *Cooperación e Internacionalización de las Universidades*, Sebastián Jesús (2004) sostiene:

“...Entendida como un proceso cultural al interior de la universidad, la internacionalización no supone una pérdida de la identidad institucional, sino un medio para su fortalecimiento en un espacio de interacciones más amplio. La internacionalización contribuye al fortalecimiento institucional y a un mejor

cumplimiento de sus objetivos, a través de la mejora de la calidad, la pertinencia y las competencias...”

La movilidad es uno de los componentes de la Internacionalización (UNESCO, 2004), no obstante, será uno de los ejes centrales del presente trabajo por sus características intrínsecas.

Como se anuncia en Safiro II (2009):

“Reconocido como un componente esencial de la internacionalización universitaria, la movilidad no sólo enriquece la experiencia académica de diversas formas, sino que también permite cuantificar la internacionalización. Los datos de movilidad son uno de los pocos elementos que se pueden comparar y analizar en esta área”

La movilidad no sólo cuantifica la internacionalización y enriquece la experiencia académica, puede conformar una tipología de turismo, siempre y cuando respete las características de la actividad turística, que serán desarrolladas más adelante.

En la investigación *“Una aproximación al impacto económico directo del turismo académico: el caso de los intercambios Erasmus en la Universidad de Santiago de Compostela”*, (Pawlowska, E.; Martínez, F., 2009) se analiza a los alumnos de movilidad que llegan a la ciudad mediante dicho programa entre el año 2007 y el 2008. Se los denomina turistas debido a que las características de la movilidad estudiantil coinciden con las de las actividades que se realizan en la práctica de turismo. Son alumnos extranjeros, que permanecen menos de un año consecutivo en el destino, fuera de su entorno habitual y que no realizan actividades remuneradas. Y luego se los define como turistas “académicos” debido a su motivo de visita: llegan a Santiago de Compostela para realizar parte de sus estudios

Al no ser una tipología comúnmente utilizada dentro de la literatura especializada de turismo, se desarrolla el concepto de turismo académico y se los diferencia de otras tipologías como “turismo idiomático” (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2008; Baralo, 2007; García Laborda, 2007), “turismo educacional” (García et al., 2005; Goeldner y Ritchie, 2005) o, el más amplio, de “turismo juvenil” (Organización Mundial de Turismo, 2008; Montaner, 1991; Carr, 1998).

El objetivo principal de dicho trabajo es analizar el impacto económico que genera el turismo académico en Santiago de Compostela. Se enuncia a modo de conclusión, la necesidad de continuar investigando con más profundidad esta nueva tipología de turismo, que se encuentra en expansión, para conocer su impacto a nivel regional. Se destacan como características principales que es un segmento satisfecho, que produce el aumento de las llegadas en la ciudad por la visita de familiares y amigos. Por último, que tienen una estadía más prolongada que el turismo de ocio o negocio.

En Argentina

El Ministerio de Educación de la Nación² enmarca dentro del ámbito de la Secretaría de Políticas Universitarias, dos grandes programas que son de interés para la presente investigación pues son marco para las políticas universitarias de la UNLP:

- 1) El Programa de Internacionalización de la Educación Superior y Cooperación Internacional, que coordina todas las acciones relacionadas con la internacionalización de la educación superior y la cooperación internacional universitaria.
- 2) Programa de Promoción de la Universidad Argentina, que tiene como objetivo promover las actividades de las universidades argentinas en el ámbito internacional, para fomenta la creación de redes y consorcios con universidades extranjeras; organizar misiones a otros países y lograr asociaciones.

Según el artículo publicado por DormsBA³, los datos del INPROTUR, organismo que promociona el país en el exterior y está a cargo del actual Ministro de Turismo de La Nación Enrique Meyer, muestran que las llegadas de turismo académico⁴ aumentaron en un 45% entre el 2007 y el 2009 y se prevé atraer al 15 % de los estudiantes de todo el mundo para el 2013. La llegada de estos turistas produjo más de 80 millones de dólares en el país.

Algunas de las razones que incentivan a los extranjeros a elegir Argentina como destino de estudio (Vergara Giavi, P; Iglesia, G; Iglesia, J; 2008) son:

- 1) El turismo: Los alumnos optan por Argentina pues es un país que tiene diversos atractivos y encantos naturales. Combinan sus actividades educativas con el turismo.
- 2) Precios relativos argentinos: el país tiene una ventaja comparativa en cuanto a los costos de estadía y permanencia, comparado con países que tienen similares niveles educativos y culturales. Es decir, que ante un escenario de tener que elegir con determinados recursos, los alumnos deciden por la relación costo-beneficio.
- 3) La idiosincrasia argentina: a los argentinos se los considera gente sensible, cálida y muy abierta comparada con otras culturas. Los estudiantes buscan en su experiencia, enriquecerse con los estudios y también en el plano social.
- 4) Oferta académica: ésta se está consolidando. Argentina se encuentra dentro de las mejores de América Latina, posicionándose en el cuarto lugar del continente americano con más estudiantes extranjeros.

²<http://portal.educacion.gov.ar/>

³<http://dormsba.com/es/inversores/invertir-en-residencias-estudiantiles>.

⁴El turismo académico, en este caso, comprende a extranjeros que visitan la Argentina en busca de posgrados, estudios de grado, intercambios educativos, estudios de idiomas y hasta el interés cultural que el tango ofrece. Una definición más amplia que la que proponemos en la presente tesis.

Otro estudio, *“Inserción Internacional de Argentina: una aproximación al fenómeno de la inmigración de estudiantes latinoamericanos”*, elaborado por Delfina Di Lorenzo y Julieta Nicolao en el marco del V Congreso de Relaciones Internacionales, también pretende conocer las principales causas de los flujos de estudiantes extranjeros. Además, describe los enfoques teóricos-conceptuales que analizan este fenómeno, los marcos legales que influyen en las llegadas, las características de la demanda y realiza un análisis de oportunidades y amenazas para el sector. Revela datos cuantitativos y a su vez menciona la escasez de datos estadísticos disponibles por organismos oficiales.

En La Plata

No existen estudios que analicen específicamente el turismo académico en la ciudad. Hay una escasez de datos oficiales en materia de turismo. La UNLP, desde la Unidad de Relaciones Internacionales (de aquí en más “URIU”), ha otorgado para la presente investigación los datos de población de estudiantes extranjeros desde el 2005-2011. Al igual que la Prosecretaría de Posgrado, que han colaborado compartiendo sus datos estadísticos.

La Casa de Altos Estudios se preocupa por la internacionalización de su oferta académica y por esa misma razón el objetivo general de las Relaciones Institucionales dentro del plan estratégico 2010-2014⁵ es:

“Incentivar las vinculaciones con los Estados y sus organizaciones gubernamentales, las empresas, los sectores sociales y las Universidades, promoviendo la internacionalización de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) y transfiriendo los conocimientos generados por ella para el bienestar de la sociedad”.

Puede concluirse que los estudios sobre turismo académico en Argentina son escasos y se encuentran desactualizados. La ausencia de una definición de “turismo académico” provoca que no esté delimitado el alcance, es decir a qué población incluye y a cuál no, y esto produce que la información disponible sea poco comparable entre sí.

⁵ Fuente: Plan Estratégico de Gestión 2010-2014. Estrategia 4: Relaciones Institucionales
UNLP – FCE

METODOLOGÍA

Procedimiento

El presente es un trabajo del tipo descriptivo el cual se ha realizado por etapas de manera ordenada y funcional.

En primer lugar se procedió a un análisis de la información secundaria o preexistente. Se investigó en internet y bibliotecas acerca de estudios relacionados al tema: sobre turismo cultural, el turismo idiomático, el boom de la llegada de extranjeros a la Argentina, la internacionalización de la oferta académica, entre otros.

Se acudió a la Universidad Nacional de La Plata para obtener datos cuantitativos y cualitativos de la población. Tanto la URIU como la Prosecretaría de Posgrado comienzan sus actividades aproximadamente en el 2005.

Se realizó un trabajo de campo encuestando a una muestra definida en base a una selección que será comentada en el próximo punto. Además, se realizaron entrevistas personales a diferentes actores del sector del turismo académico.

Por último, se procesaron los datos obtenidos de la encuestas en el programa estadístico SPSS. Se segmentó a la población en dos grupos (o clusters) y se los describió.

Cálculo de Muestra

Durante el transcurso de la investigación nos hemos encontrado con algunas dificultades al momento de aplicar la metodología que en una primera instancia del trabajo creímos apropiada. Fue por esta razón que decidimos dividir a la población en dos partes: alumnos extranjeros de grado por un lado y de posgrado por otro. Y aplicar diferentes técnicas para encuestar a cada grupo.

El método finalmente empleado para el muestreo fue el estratificado (Mejía, E.; 2005). Éste consiste en reducir la población en estratos o grupos que se identifiquen en ella. Éstos deben presentar homogeneidad respecto a alguna variable que se desee estudiar. En nuestro caso, los alumnos extranjeros de grados por un lado y los posgraduados por otro. Se optó por este procedimiento pues conocemos el tamaño de cada estrato de la

población y porque son de nuestro interés las características cualitativas de cada uno de ellos.

El universo está constituido por 1824 alumnos extranjeros, de los cuales:

- Alumnos de posgrado: 755 , que representan el 41% de la población
- Alumnos de grado: 1069 que representan el 59% de la población



Para la obtención de la muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística para poblaciones finitas:

Fórmula de cálculo de muestra

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 \times (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Donde:

- N: es el n° de elementos del universo
- n: es el n° de elementos de la muestra
- P: Proporción de personas cuya factibilidad de ser seleccionados en la muestra es un éxito

6 Fuente de elaboración propia

- Q: Proporción de personas que no hay factibilidad de ser seleccionados
- E: Margen de error permitido
- Z²: Valor crítico de correspondiente al nivel de confianza

Sustituyendo los valores en la fórmula obtenemos:

$$n = \frac{2^2 \times 95 \times 5 \times 1824}{4^2 \times (1824-1) + 2^2 \times 95 \times 5}$$

$$n = 111$$

La muestra está conformada por 111 unidades.

Como se explicó anteriormente, para un mejor análisis de la misma, se la ha dividido en dos estratos. La manera de realizar esta división fue respetando los porcentajes presentes de la población, es decir, realizando una “asignación proporcional”.

- Muestra alumnos de grado: 66 unidades (59%)
- Muestra alumnos de posgrado: 45 unidades (41%)



Para obtener información sobre el primer grupo, los “alumnos de grado”- que incluye a aquellos alumnos que realizan un programa de movilidad o un intercambio en la UNLP por uno o dos semestres - se les envió la encuesta a los e-mails que aparecían en las bases de datos brindada por la URIU, es decir, al universo completo. No fue posible realizar un muestreo aleatorio simple de las unidades de estudio pues se dependía de la

predisposición de cada estudiante para responder la encuesta. Por esta razón, se tomaron en cuenta las primeras 70 respuestas como válidas para la conformación de la muestra, realizando un redondeo que no altera sustancialmente el error estadístico.

El segundo grupo, “los alumnos de posgrados” -que incluyen maestrías, especializaciones y doctorados - ha sido encuestado de manera intencional. Utilizando la técnica de muestreo no probabilística: muestreo ocasional (Mejía, E;2005). Los medios para realizar las encuestas fueron:

- Red Social “Facebook”: se ha pedido colaboración en grupos de alumnos internacionales de la UNLP para que contestaran la encuesta (aquellos que cumplían las condiciones), o para contactar a conocidos que pudieran responder.
- Sistema de reservas Frankville Hostel: se realizó un listado de estudiantes extranjeros de maestrías y posgrados que se hayan alojado alguna vez en Frankville Hostel y se les realizó la encuesta vía e-mail o vía teléfono.
- Por referenciación: hemos conseguido los contactos de alumnos internacionales por medio de amigos y conocidos que hayan realizado una actividad de posgrado. Se los encuestó y se les pidió la referencia de otros alumnos extranjeros de posgrado. De esta manera, se ha logrado ampliar la red de conocidos para realizar una mayor cantidad de encuestas.

Ha sido una tarea difícil localizar a los posgraduados. Por otro lado, se ha notado una falencia al momento de realizar las encuestas: todos los estudiantes de doctorados localizados se instalan en la ciudad para finalizar sus estudios, que pueden demorar hasta 5 años. Por lo cual quedan fuera de nuestro análisis. Este comportamiento se repite en la mayoría de los estudiantes de esta categoría, ergo, no se los ha encuestado.

Entrevista

Se utilizaron las entrevistas mixtas o semiestructuradas. Éstas están compuestas por preguntas previamente diseñadas y ordenadas pero que permite al momento de la entrevista, agregar o modificar preguntas. La ventaja de esta herramienta es la flexibilidad al momento de buscar información. A medida que el entrevistado se va explayando en sus respuestas, se puede agregar otra pregunta para profundizar aún más la temática o bien quitar preguntas que creemos que ya fueron contestadas. A su vez, el entrevistado puede intervenir y corregir definiciones o conceptos que estuvieran errados.

Se diseñó especialmente una entrevista para los expertos en turismo y un representante de cada grupo de estudio: un alumno de grado y otro de posgrado. Algunas preguntas fueron comunes para la mayoría de ellos: cómo ve cada uno la evolución de las llegadas de este segmento a mediano y corto plazo; qué opinan acerca de los beneficios que le ofrece a la ciudad y a la Universidad, entre otras.

Otras preguntas fueron específicas, con el objetivo de detectar cómo es visto el turismo académico desde diferentes disciplinas.

Los entrevistados fueron:

- Alejandro García, docente de la UNLP y Director de la Carrera de Lic. en Turismo.
- Pedro Mauregui Larranda, de la URIU.
- Gonzalo Ithurbide, de la Prosecretaría de Posgrado de la UNLP.
- Fernando Rigone, Director de Cooperación Internacional de la Facultad de Humanidades y Cs. de la Educación (de aquí en más, FAHCE) de la UNLP.
- Juan Carlos Marino, propietario del primer hostel en la ciudad de La Plata, Frankville.
- Uriel Charne, Lic. en Turismo. Docente y propietario de residencias universitarias.
- Astrid Osorio, estudiante colombiana de Maestría.
- Pier Geffroy, estudiante francés de intercambio.

Encuesta

Lo primero que se realizó fue una lista de variables que deseábamos conocer de nuestra muestra. Ellas fueron:

- Sexo
- Edad
- Nacionalidad
- Nivel académico en curso
- Motivo de viaje
- Por qué eligió la UNLP y la ciudad de La Plata
- Si ha recibido visitas de amigos o familiares
- Nivel de satisfacción⁷, referenciación⁸ y recomendación⁹ de la UNLP y de la ciudad
- Característica de la estadía: duración, periodicidad
- Alojamiento: decisión de compra, medios de contratación y nivel de satisfacción
- Viajes: destinos y acompañantes de viaje
- Gastos en estadía, esparcimiento y alimento, aranceles y en viajes

En base a estas variables se formularon las preguntas, algunas cerradas, otras semicerradas y sólo dos de ellas abiertas (aquellas en las que se explica por qué recomendarían la ciudad y la Universidad). Se utilizaron las escalas comparativas de orden-rango para obtener ranking. También no comparativas, como la clasificación continua y escala de Lickert, para que ponderaran opciones.

⁷ El nivel de satisfacción del cliente depende de la prestación del servicio y de las expectativas. Si la prestación es inferior a las expectativas, el cliente estará insatisfecho, si ambas coinciden estará satisfecho y si la prestación supera las expectativas, estará muy satisfecho. (Kothler, 2004).

⁸ Las referencias son aquellas recomendaciones que hacen clientes que ya han utilizado el producto/servicio y los que han oído hablar bien del mismo, a aquellos potenciales clientes o usuarios de una organización. Las referencias pueden ser positivas o negativas. (Simonato, 2009).

⁹ En qué medida (baja, media o alta) recomendarían estudiar en la UNLP y visitar La Plata a familiares y amigos.

Se diseñó un cuestionario único (ver modelo en Anexo II) para el total de la muestra, para luego poder utilizar el SPSS Statistics y de esta manera obtener información confiable y comparable.

La encuesta ha sido la herramienta más importante del trabajo. Mediante la misma se ha logrado conocer datos cualitativos de la unidad de estudio e información acerca de los agentes de turismo de La Plata: relación calidad-precio en el servicio de alojamiento, nivel de satisfacción de los estudiantes con la ciudad y la UNLP, el posicionamiento de la Universidad, la efectividad de los convenios firmados por la URIU, entre otros.

Por sobre todas las cosas, se ha respondido a la pregunta de investigación:

“¿Por qué este segmento de estudiantes extranjeros que realizan turismo académico elige La Plata, específicamente la UNLP, para realizar su intercambio académico o realizar un posgrado o especialización?”

Y también, se ha afirmado o refutado la hipótesis:

“Los estudiantes extranjeros que realizan turismo académico en La ciudad de La Plata eligen el destino por varios motivos, pero principalmente por el prestigio de la UNLP, para aprender español, para realizar una experiencia de vida en Latinoamérica y para conocer Argentina.

Lo que no se ha podido estimar mediante la encuesta es el nivel de gasto de los alumnos. Esto es debido a que gran porcentaje de los encuestados no aclararon en qué año realizaron su experiencia en la ciudad. Y los valores en gasto de alojamiento, alimentación y viajes aumentan año tras año. Por este motivo se ha decidido que aquella información no era confiable ni comparable, por ende, no ha sido tomada en cuenta.

La presentación de la información obtenida mediante el procesamiento de las encuestas se encuentra en el *Capítulo II* donde son analizadas las mismas variables para cada estrato o segmento.

Capítulo I

El turismo académico

En el presente capítulo serán desarrolladas distintas apreciaciones del turismo académico y se citarán diversos autores con sus respectivos alcances. Se explicará cómo es el régimen migratorio para los estudiante internacionales en Argentina; se formulará una definición propia de turismo académico, se plasmarán cifras de dicha actividad en el país y en la ciudad de La Plata, específicamente en la UNLP y por último, se analizará el Plan Estratégico 2010-2014 de la Universidad (la Estrategia 4: “Relaciones Institucionales”), que desarrolla la política de la Unidad de Relacionales Institucionales, sus objetivos, programas y subprogramas.

Distintas apreciaciones sobre el turismo académico

No existe una definición universal de “turismo académico”. Cada autor, cada entidad, define los componentes de este concepto, según su objetivo de estudio.

Según el artículo publicado por el Consejo Federal de Inversiones (CFI) tomado del Diario La Mañana de Córdoba (2008), el turismo académico está determinado como un producto y su definición es la siguiente:

“Un producto que se compone de la oferta de programas educativos de masters, postítulos o cursos de especialización, que llevan a cabo entidades universitarias o terciarias. Está destinado a personas de entre 18 y 35 años; tiene como característica la larga permanencia de éstos jóvenes en el lugar de estudio donde exigen alojamiento, alimentación, transporte, recreación, material académico y otra serie de servicios”.

Puede observarse que “larga permanencia” es un término ambiguo y que realmente no especifica la estadía máxima. Por otro lado, incluye a las entidades terciarias, cuestión que quedó excluida en esta investigación.

Los estudios realizados por la Cancillería Argentina y la fundación Export.Ar cuando se refieren a turismo académico consideran a aquellos estudiantes extranjeros que visitan el país en busca de posgrados e intercambios educativos pero también aquellos que realizan más de un año de estudio o que vienen a aprender español.

Según la definición de turismo de la Organización Mundial del Turismo (de aquí en más OMT), la permanencia de los turistas en el destino debe ser inferior a un año, ergo, aquellos que excedan este período deberían quedar excluidos de esta categoría de turismo o bien, regresar a su país al menos una vez y que el tiempo comience a correr desde cero nuevamente.

Como expresa Eva Pawlowska (2001): “turismo académico se refiere a todas las estancias de duración inferior a un año en los centros de educación superior fuera del país de residencia habitual del visitante, cuyo objetivo principal es realizar cursos relacionados con una carrera universitaria y/o atender a cursos de idiomas organizados por estos centros”.

Esta es la definición que más coincide con nuestros objetivos. La autora al referirse a los cursos de idiomas, incluye sólo a los otorgados por esos centros universitarios. Con esta línea de pensamiento el turismo idiomático podría incluirse, en nuestro trabajo, como una subcategoría de turismo académico pues los cursos de idioma son brindados por la Universidad.

Sin embargo, han sido excluidos estos foráneos que viajan para realizar específicamente un curso de español debido a que existe en la ciudad de La Plata, además de los cursos dados por la Universidad, gran cantidad de institutos de idiomas que reciben extranjeros,

pero de estos alumnos no hay datos oficiales. Si tomáramos en cuenta para el análisis sólo a aquellos que estudian en la Escuela de Lengua de la UNLP, estaríamos incluyendo sólo a una pequeña porción de esta demanda de turismo idiomático, obteniendo como resultado información sesgada. Por otro lado, éstos vienen motivados por el aprendizaje de idioma español. Es decir que al momento de elegir la ciudad de La Plata como destino, no tienen en cuenta las mismas variables que un alumno de movilidad o posgraduado. Por todos estos motivos, se ha decidido no considerar a este segmento.

Según la OMT (2004), la definición de turismo es:

“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, por negocios y otros motivos”.

Dentro de otros motivos, encontramos a “los estudios, la educación y la investigación”

Sin embargo, no todos aquellos extranjeros que arriban a la ciudad con el objetivo de estudiar en la UNLP mediante un programa de movilidad, un posgrado, doctorado, son considerados turistas. Para ser considerados como tal, ellos deben cumplir con todos los parámetros de la definición de la OMT (Ewa Pawlowska, 2011) y a su vez estar enmarcados en la Ley Nacional de Migraciones 25.871, el Decreto 66/2010 y la Disposición 20.699/2006 que rigen en Argentina.

Marco Legal

La Política Nacional Migratoria Argentina se define bajo lo establecido por la Ley Nacional de Migraciones 25.871 y el Decreto 616/2010. En dicha ley se diferencia a las personas nativas en países Extramercosur de las nativas en Estados Miembro y Asociados al Mercosur. Cada una de estas dos categorías tiene diferentes requisitos de admisión, a los estudiantes extranjeros se los categoriza bajo diferentes criterios y el beneficio migratorio difiere.

Por otro lado, la Ley distingue a los residentes temporarios, transitorios y permanentes.

Radicaciones Mercosur

- A) Residencia Permanente
- B) Residencia Temporaria
- C) Residencia Transitoria

Radicaciones no Mercosur

- D) Residencia Permanente
- E) Residencia Temporaria
- F) Residencia Transitoria

Dentro de la unidad de análisis hay individuos provenientes de países miembros del Mercosur y Estados Asociados y también de países Extramercosur.

Los primeros, deben tramitar la residencia temporaria (B) para obtener la radicación Mercosur por "nacionalidad" y poder permanecer en Argentina hasta culminar sus estudios.

Los segundos deben tramitar la residencia transitoria (F) para obtener la "visa especial" que les permite continuar de manera legal hasta finalizar su intercambio, programa de movilidad o posgrado.

A continuación se detallan los Artículos que desarrollan lo anteriormente explicado:

El Artículo 24 define que los extranjeros que ingresen al país como "residentes transitorios" que podrán ser admitidos en algunas de las siguientes subcategorías:

- a) Turistas
- b) Pasajeros en tránsito
- c) Tránsito vecinal fronterizo
- d) Tripulantes del transporte internacional
- e) Trabajadores migrantes estacionales
- f) Académicos
- g) Tratamiento Médico
- h) Especiales

Por las consideraciones realizadas al comienzo del capítulo, los programas de movilidad de la UNLP, pueden ser considerados una tipología de turismo. Estos programas suelen ser de seis meses o un año como máximo y cumplen con los parámetros planteados en la definición de turismo: permanencia, entorno y motivos de viaje.

Este grupo, junto con aquellos alumnos que realizan actividades de posgrado, son enmarcados legalmente como una subcategoría de los "residentes transitorios", denominada "turista" durante los primeros tres (3) meses, o seis (6) en el caso que la renueven por un período similar.

Pasado ese tiempo, si deben continuar en Argentina su situación se modifica y pasan a ser "estudiantes de intercambio" o "estudiantes parciales", según corresponda. Obteniendo una "visa transitoria especial" que les permite una estadía máxima de un (1) año.

O bien, en el caso que sean nativos de Estados Miembros y Asociados al Mercosur, obtienen una "radicación temporaria" por criterio de "nacionalidad" que les permite una estadía máxima de dos (2) años.

Sucede que en la Universidad los programas de intercambio y movilidad para los estudiantes de grado duran como máximo un año, ergo, ningún estudiante puede exceder ese tiempo de permanencia.

Respecto a los estudiantes extranjeros de Posgrado, donde la duración de los programas sí puede superar los doce (12) meses, se toma para la presente investigación a aquellos

estudiante que permanecen en el país como máximo un (1) año de corrido, o bien dos años si al menos a los doce (12) meses de estadía salen del Territorio Argentino.

Según el Artículo 24 inciso a la Ley 25.871, Decreto 616/2010 (Anexo Ley de Migraciones y Decreto), se considera:

“Turista: para descanso o esparcimiento, contando con los recursos suficientes para ello. Los plazos de admisión son de hasta tres (3) meses prorrogables por otro período similar“

Dentro de esta categoría los individuos no pueden realizar tareas remuneradas o lucrativas, pero sí pueden realizar estudios formales o no formales dentro del período de estadía permitido sin necesidad de regularizar su situación, siempre y cuando las actividades tengan una duración menor o igual al plazo de residencia otorgado. Luego, si desean continuar, deberán realizar los trámites necesarios para obtener la visa transitoria o radicación temporaria, según corresponda.

Un alumno que viene por un programa de intercambio o movilidad tiene 30 días a partir de su llegada al país para regularizar su situación migratoria, tal como lo expresa en la entrevista personal el responsable de Relaciones Internacionales del FaHCE (ver Anexo entrevistas). Él nos relata que la Universidad tiene un acuerdo especial con Migraciones que les permite a los alumnos obtener un turno en 48hs, acelerando el proceso en beneficio de los mismos ya que de lo contrario, esperarían semanas para ello.

A la unidad de análisis se la denomina “académicos” y no simplemente “estudiantes“. Ésto se debe a la distinción que hace la Ley 25.871 entre esos dos conceptos en el Art.23 en los siguientes incisos:

l) Académicos: para quienes ingresen al país en virtud de acuerdos académicos celebrados entre instituciones de educación superior en áreas especializadas, bajo la responsabilidad del centro superior contratante. Su vigencia será por el término de hasta un (1) año, prorrogable por idéntico período cada uno, con autorización de entradas y salidas múltiple.

j) Estudiantes: quienes ingresen al país para cursar estudios secundarios, terciarios, universitarios o especializados reconocidos, como alumnos regulares en establecimientos educativos públicos o privados reconocidos oficialmente, con autorización para permanecer en el país por los dos (2) años, prorrogables, con entradas y salidas múltiples.

Dentro de “estudiantes” están incluidos, entre otros, a los alumnos que cursan estudios secundarios, terciarios, alumnos regulares, en institutos privados y que pueden permanecer hasta dos años, variables que quedan excluidas en nuestro análisis.

Por lo expresado al comienzo del capítulo, a la población también se la caracteriza como turistas académicos ya que ellos viajan a La Plata para realizar actividades académicas.

Si nos hubiéramos ceñido estrictamente a la Ley, sólo podríamos haber analizado dentro de la categoría “turismo” a quienes vienen a realizar seminarios o especializaciones de corta duración, de máximo seis (6) meses (estadía máxima que pueden permanecer como

turistas). Pues son sólo ellos los que vienen en condición de turista y no precisan regularizar su situación migratoria para finalizar los estudios.

Sin embargo, en este trabajo consideramos turistas no sólo a aquellos que permanecen en esa condición hasta retornar a su país, sino también a aquellos que tramitan su visa transitoria especial o la radicación temporaria para poder continuar los programas o intercambios. A pesar que cambie su condición a lo que Migraciones considere, nosotros hemos decidido tomar los términos de la definición de la OMT para enmarcarlos como turistas, donde la estadía es de hasta un año por motivos de “estudios, la educación y la investigación”.

Por todas estas cuestiones, nuestra definición de turismo académico para el presente trabajo es:

Las actividades que realizan los estudiantes extranjeros de grado y posgrado durante sus viajes y estancias en los centros de educación superior fuera del país de residencia habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de estudio, ocio y otros motivos.

Dentro de otros motivos consideramos:

- Realizar una experiencia de vida en el exterior
- Conocer otra cultura
- Hacer amistades

Turismo académico en Argentina

Como se anuncia en Procedimiento (ver *Metodología*), al momento de recopilar información se buscó en Internet publicaciones relacionadas al turismo académico y en páginas oficiales que trataran esta temática.

Una de ellas es Red Universia. Ésta es una red de 1216 universidades que representan a 14 millones de profesores y estudiantes universitarios. Está presente en 23 países de Iberoamérica. En su página Web tiene publicado un video interactivo¹⁰ acerca de la llegada de los alumnos extranjeros al país en el 2007, cómo evolucionaron las cifras, cuáles son las predicciones para el 2012 y algunos datos que serán detallados a continuación.

Según Red Universia, cuando fue realizado dicho estudio, Argentina se ubicaba en el cuarto lugar dentro del continente americano con más estudiantes extranjeros. Estados Unidos, Canadá y Uruguay llevaban los primeros puestos.

¹⁰ <http://especiales.universia.com.ar/estudiantes-extranjeros-argentina/>

Al momento de elegir dónde estudiar, 6 de cada 10 estudiantes optaban por universidades ubicadas en el área metropolitana de Buenos Aires. Y del total de extranjeros, casi el 70% llegaban al país para seguir una carrera de grado o pregrado. El restante 30 % entre posgrados y programas de capacitación. En ese estudio, el Ministerio de Educación no contabilizó a los que ingresaron para aprender el idioma en otras instituciones no universitarias.

En el informe se establece que no hay una tendencia predominante respecto al país de origen de los estudiantes, ni tampoco en las carreras elegidas ya que varía según cada centro universitario.

Respecto a las erogaciones de los alumnos, se calculó que un extranjero podía gastar, en ese entonces, entre 1500 y 2100 pesos mensuales entre aranceles, comida, esparcimiento y alojamiento.

Según un artículo publicado por DormBA¹¹, la participación de estudiantes internacionales en universidades argentinas aumentó un 45% entre el 2007 y el 2009. Como meta se planteó atraer al 15% de los estudiantes de todo el mundo para el 2013. Esto es según los datos del INPROTUR, el organismo que promociona al país en el exterior y que está dirigido por el Ministro de Turismo de la Nación, Enrique Meyer.

Para fines del 2009 el turismo educativo produjo más de 80 millones de dólares para la Argentina.

Vale destacar que en el análisis llevado a cabo por DormBA, el INPROTUR y Universia Argentina, el alcance de la definición de turismo académico o en tal caso, turismo educativo, no son los mismos. Algunos cuentan para su análisis al turismo idiomático, otros a alumnos que realizan carrera completa. Es por esta razón que la información recabada durante la realización de esta tesis, se ha considerado poco comparable; sumado a la escasez de datos oficiales y actualizados.

Turismo académico en La Plata

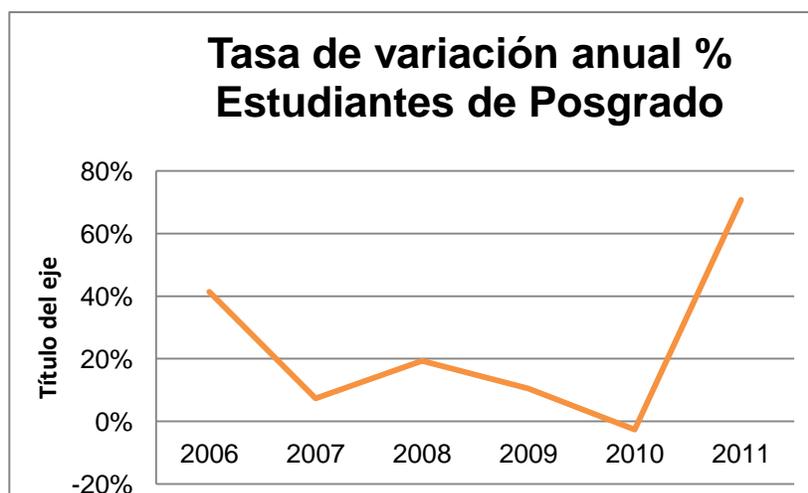
Más allá de la escasa comparabilidad de los datos planteados anteriormente, la tendencia muestra el aumento del turismo académico en Argentina y también en La Plata.

Esto puede apreciarse a continuación en los cuadros elaborados gracias a los datos brindados por la URIU y la Prosecretaría de Posgrado, donde se observa que sólo en el año 2010 el porcentaje de alumnos de posgrado cayó un 2,6% respecto al año anterior. El resto de los años analizados presentan una tasa de aumento positiva.

No es posible determinar las causas de la inestable variación anual de las llegadas de alumnos extranjeros de posgrado. Diversos factores como la oferta de posgrados disponible, los cupos, la cantidad de becas y la situación económica mundial, influyen directamente en aquellos valores.

¹¹ <http://dormsba.com>

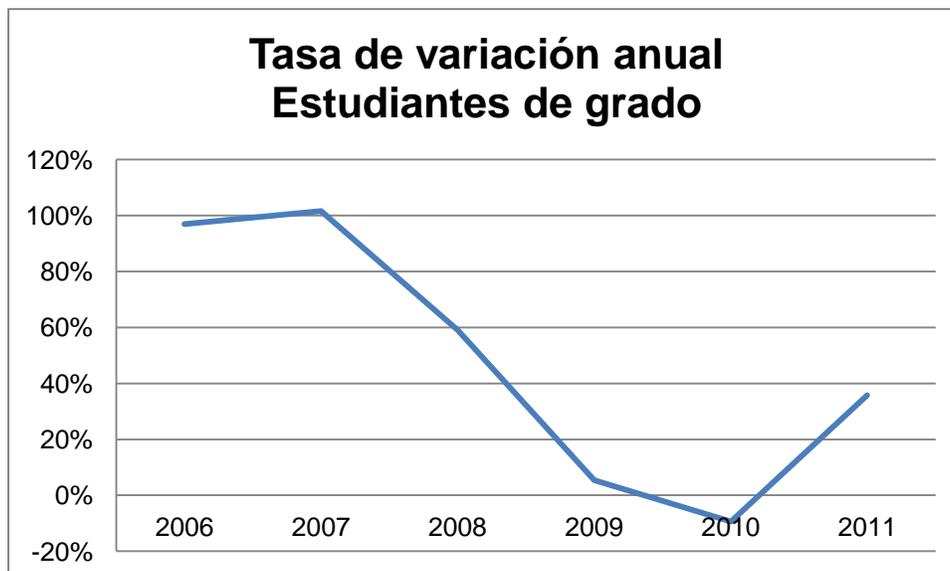
Año	Cantidad de alumnos Posgrado	Tasa de variación anual en %
2005	58	
2006	82	41,4%
2007	88	7,3%
2008	105	19,3%
2009	116	10,5%
2010	113	-2,6%
2011	193	70,8%
Total	755	



Respecto a los alumnos de grado:

Año	Cantidad de alumnos grado	Tasa de variación anual en %
2005	32	
2006	63	96,9%
2007	127	101,6%
2008	202	59,1%
2009	213	5,4%
2010	193	-9,4%
2011	262	35,8%
Subtotal	1092	
RRII	23 ¹²	
Total	1069	

¹² Para la elaboración del gráfico “Tasa de variación anual %, estudiantes de grado” fue tomado en cuenta el valor “subtotal”: 1092 alumnos debido a que los 23 alumnos de Relaciones Internacionales se encuentran distribuidos entre los siete años de análisis.



Respecto a las llegadas de alumnos extranjeros de grado se observa una elevada tasa de variación anual, superior al 60%, entre los años 2006 y 2008. Luego la tasa decae y comienza a aumentar nuevamente en el 2011. Se verifica el mismo acontecimiento en el año 2010: la tasa es negativa al igual que en las llegadas de alumnos extranjeros de Posgrado.

A pesar de la volatilidad en las tasas año a año, la tendencia en ambos grupos es el crecimiento de las llegadas de los estudiantes extranjeros a la UNLP.

El aumento de estudiantes extranjeros de Posgrado entre el 2005 y el 2011 fue del 232,8% y para los alumnos de Intercambio y Movilidad fue de 718,8%.

Este comportamiento también lo afirman algunos actores del sector del turismo académico en La Plata durante las entrevistas personales (ver Anexo I Entrevistas). Ellos coinciden en que el turismo académico es un mercado en crecimiento y que trae muchos beneficios a la ciudad y la Universidad. Es un segmento que demanda servicios: alojamiento, comida, transporte y esparcimiento, por lo que activa la economía local. También es un mercado amplio que no presenta una tendencia en procedencia ni en áreas de estudio. Y por sobre todas las cosas, no tiene estacionalidad. Todas estas características lo hacen un mercado más que atractivo desde una perspectiva económica y cultural.

Plan estratégico 2010-2014

Con el fin de realizar un análisis del funcionamiento de la Unidad de Relaciones Institucionales de la UNLP, se ha seleccionado el Plan Estratégico 2010- 2014 elaborado por la Casa de Altos Estudios. De esta manera se ha podido detectar cuáles son sus objetivos respecto a dicha temática, cómo evalúan ellos su situación actual (FODA) y cuáles son los planes y programas que se propone para el cumplimiento dichos objetivos.

Análisis FODA de la UNLP

Dentro del análisis FODA se describen las fortalezas y debilidades propias y actuales de la Institución y las oportunidades y amenazas que genera el contexto, en el futuro escenario de la misma.

Se ha seleccionado dentro de dicho análisis de situación (FODA) los principales conceptos que se relacionan directa o indirectamente con la presente tesis (ver análisis completo en Anexo IV).

Fortalezas

- Tradición en integración internacional que forma parte de la identidad histórica de la UNLP.

Oportunidades

- Reconocimiento del prestigio y excelencia de la Universidad Nacional de La Plata tanto a nivel nacional como internacional, abriendo aún más el árbol de alternativas de expansión en conjunto con los programas de Cooperación Internacional, las vinculaciones con terceros y las demandas de transferencia de conocimientos.
- Los investigadores y docentes gozan de enorme prestigio, se destacan en casi todas las ramas de las artes y las ciencias, y producen obras y conocimientos de gran calidad y reconocimiento, permitiendo un gran respeto en las potenciales aplicaciones.
- Instituciones y Organismos Públicos (municipios, estado provincial y nacional) que buscan alianzas estratégicas con la Universidad.
- Los programas Nacionales e Internacionales para las Universidades que permiten la presentación de Proyectos en áreas prioritarias o declaradas de interés para la comunidad participante.

Debilidades

- Falta de manuales de procedimientos que permitan la institucionalización de la gestión, generando normas para las actividades que ya se están desarrollando actualmente y que permitan el registro de las mismas para su posterior análisis.
- Desarticulación entre las facultades y la presidencia, para aprovechar las vinculaciones y los convenios firmados por las facultades con universidades extranjeras.

Amenazas

- Atomización y falta de coordinación de la oferta, si son las Unidades académicas las que realizan directamente las actividades de transferencia.
- La falta de sistematización en la difusión de información genera la apariencia de complejidad e inaccesibilidad a los programas, becas y subsidios.
- La burocratización en la tramitación gubernamental derivan, en algunos casos, en la no implementación de los Proyectos.

Luego de describir las principales características del análisis de situación, realizaremos comentarios al respecto:

Como ya fue expresado anteriormente, confirmamos que la internacionalización se encuentra arraigada a las raíces de la Universidad además de ser una tendencia mundial.

Es posible destacar como principales ventajas (siempre observado desde una perspectiva del turismo) que la UNLP cuenta con un prestigio internacional y con docentes calificados. Ambas características son destacadas por los alumnos internacionales al momento de recomendar la Institución (ver *Capítulo II*).

Como principal falencia se destaca la falta de manuales de procedimientos, que provoca que las diversas áreas vinculadas a la internacionalización de la oferta académica recaben la información de los alumnos extranjeros de diferente manera. Debido a esto se produce una “fuga de datos” (ver Anexo I.6) si las Unidades Académicas no trabajan en total coordinación con la URIU y la Prosecretaría de Posgrado. Por esta razón, actualmente existe una escasa comparabilidad de los datos oficiales respecto a los estudiantes extranjeros que también dificulta la elaboración de informes para que sean publicados.

Respecto a la última amenaza, se destaca que se ha convertido en una oportunidad, gracias al acuerdo establecido con Migraciones que le permite a los alumnos extranjeros obtener un turno en 48 horas. Los estudiantes se ven beneficiados y también la Institución, que de esta manera, no tiene inconvenientes respecto a la “legal” permanencia de los mismos y tampoco en la emisión de certificados de estadía o de estudios.

Programas y Subprogramas del Plan Estratégico 2010-2014

La UNLP dentro del Plan Estratégico desarrolla Programas y Subprogramas que pretenden revertir las debilidades a fortalezas y estar preparados para las amenazas del entorno.

Subprograma 4.1.3.2

El Subprograma 4.1.3.2. de “Asesoramiento en la recepción de alumnos internacionales” desarrolla herramientas de articulación y cooperación con las Unidades Académicas.

“Supone la puesta en acción de diversos dispositivos, tales como: orientativos de alumnos y docentes internacionales, valoración de los propios recursos, bases de datos, bases de convenios, entre otros”.

Sus objetivos son:

- Asesorar, orientar y asistir a las unidades académicas en la instrumentación de dispositivos de movilidad, gestión de acuerdos y programas internacionales.
- Impulsar la instrumentación y formalización de programas de movilidad.

En las entrevistas personales la URIU y la Prosecretaría de Posgrado¹³ nos han contado que capacitan a las Unidades Académicas para que puedan trabajar con los alumnos internacionales con más independencia y no sea necesario recurrir a ellos constantemente. Según ellos, el resultado es positivo pero aún continúan trabajando para lograr mejoras.

Subprograma Operativo 26

Éste “fomenta el establecimiento de programas específicos por unidad académica, teniendo como intención el empleo de herramientas de ejecución conjunta, tales como el manual de procedimientos del receptivo de alumnos internacionales y programas de intercambio. Asimismo, busca que las facultades formalicen actividades que se realizan de manera asistemática”.

El subprograma “busca brindar asistencia y realizar el seguimiento de los alumnos de la UNLP e internacionales participantes de programas de intercambio estudiantil, en lo atinente a la gestión institucional y académica de los mismos, asistencia en la obtención del visado, seguros de salud y tutores académicos, entre otros”.

¹³ Ver Anexo I, I.6 y I.8.

Subprograma Operativo 30

Se lo llama “Mantenimiento de la base de datos para la cooperación (Convenios y Actividades)”

“Este sistema permite mantener información sobre los convenios entre la UNLP y otros participantes del exterior. El sistema permite el acceso a datos tales como: objeto del convenio, participantes, resultados esperados y logrados, participación real y/o potencial de las diferentes unidades académicas, redes, líneas de trabajo, áreas de relieve, entre otros”.

Objetivo:

- Proporcionar información pertinente a los actores universitarios.

A modo de conclusión de este apartado, creemos que la Ley Nacional de Migraciones favorece la llegada de alumnos internacionales a la Argentina. Los requisitos no son exhaustivos y, hoy en día, los alumnos obtienen un turno para tramitar la visa en 48 horas. Asimismo, la Ley junto a la UNLP benefician la circulación de alumnos internacionales dentro del Mercosur. Lo hacen otorgándoles beneficios migratorios más extensos, aranceles más bajos y por el lado de la Universidad, ofreciéndoles más convenios y programas especialmente diseñados para ellos.

Respecto de la UNLP, su Plan Estratégico es claro y la Estrategia 4 “Relaciones Institucionales” se encarga de abarcar todos los temas relacionados a la internacionalización de la Institución. El análisis FODA es preciso y los programas y subprogramas han sido desarrollados para resolver las falencias y maximizar las ventajas.

Capítulo II

Segmentación y análisis de la demanda de turismo académico

Tal como fue explicado en *Metodología*, para un mejor análisis se ha dividido a la población en dos grupos.

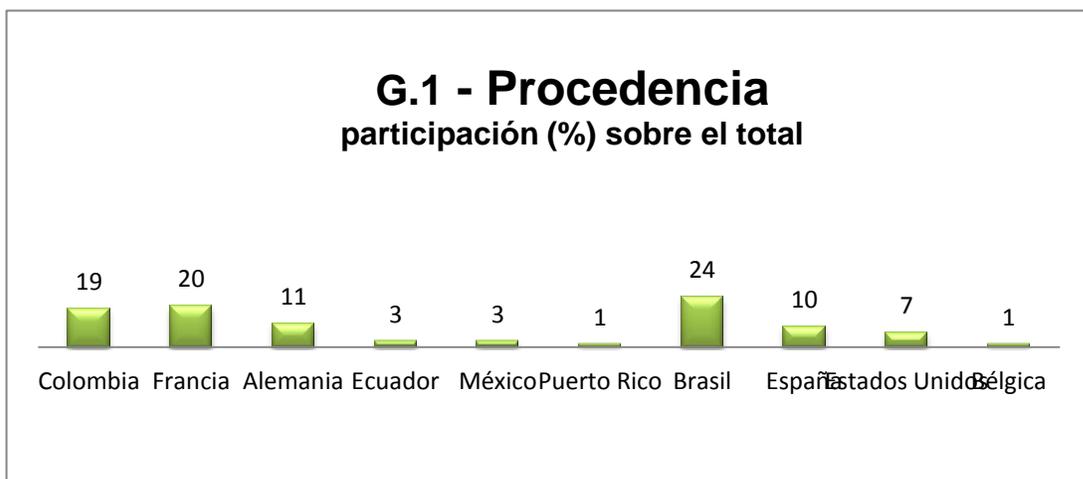
Cada uno de ellos presenta características específicas, que serán desarrolladas a continuación al exponer la información obtenida de las encuestas.

Estudiante de grado

El 60% de los alumnos de grado se encuentra comprendido entre los 23 y 25 años; 64% son mujeres y 97,1 % son solteros y no tienen hijos.¹⁴

Respecto a su nacionalidad, predomina Brasil (24,3%), luego Francia (20%) y en tercer lugar Colombia (18,6%). El resto de los países presentan variado porcentaje.

El 72,1 % se queda en la ciudad entre 4 y 6 meses¹⁵, seguido por aquellos que vienen por dos semestres, que representan el 25%.



Grado de satisfacción con la ciudad de La Plata



¹⁴ Ver Anexo V, cuadro A y gráfico B.

¹⁵ Ver Anexo V, gráfico Z.

Subgrupo “muy satisfecho” con la ciudad de La Plata

77% demostró tener un elevado nivel de satisfacción con la ciudad, respondiendo “me gustó mucho”. Analizando más en profundidad este subgrupo satisfecho, el 89% de ellos la recomendaría en un alto grado a familiares y amigos.

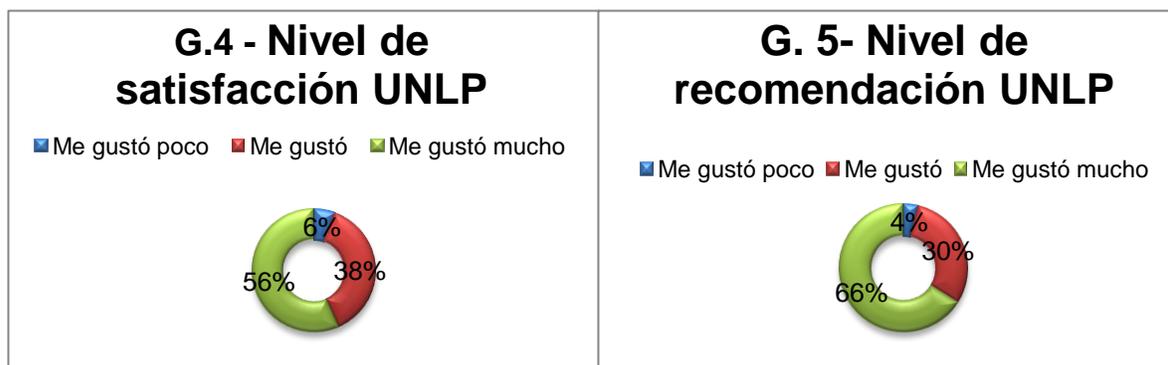


Los motivos por la cual la recomendarían son varios pero principalmente porque es una ciudad tranquila (32%) y la gente es muy agradable (18%). Asimismo destacaron que es una ciudad cultural (14%) y universitaria (8%), linda para vivir (10%), con muchos jóvenes (2%) y además de ser bella (8%), es fácil ubicarse en ella (2%).¹⁶

Quienes resultaron poco satisfechos con la ciudad en su mayoría no dijeron por qué.

Indagamos en la relación que podría existir entre la satisfacción de la ciudad y la de la UNLP. Para ello, verificamos qué porcentaje de los alumnos satisfechos con la ciudad, también lo estaban con la UNLP: un 56% tiene un alto grado de satisfacción con la UNLP y un 38% un nivel medio. Siendo tan sólo un 6% los que, estando muy satisfechos con La Plata, no lo estuvieron con la Universidad.

A su vez, el nivel de recomendación de la UNLP es alto: 66% la recomendaría mucho y un 30% en un nivel medio a familiares y amigos.



¹⁶ Ver Anexo V, cuadro C.

Subgrupo “satisfecho” con la ciudad de La Plata

Analizando a quienes tuvieron un nivel medio de satisfacción respecto a la ciudad, es decir que respondieron “me gustó” con un 16% (ver G.2), también demostraron tener un nivel medio de recomendación de la misma. El 64% la recomendaría mucho, pero el restante 36% se divide en partes iguales entre aquellos que la recomendarían muy poco y los que la recomendarían en mediana medida.

Analizando el nivel de satisfacción con la Universidad, el 50% respondió que le gustó poco y un 40% que le gustó mucho. No podemos concluir nada pues los datos se encuentran muy dispersos.¹⁷

Subgrupo “poco satisfecho” con la ciudad de La Plata

Quienes tuvieron un nivel bajo de satisfacción con la ciudad, es decir respondieron “me gustó poco” con un 7% (ver cuadro G.2), los niveles de recomendación de la misma y la satisfacción con la UNLP arrojaron valores bajos o medios.¹⁸

Grado de satisfacción con la UNLP

Cambiando el enfoque de análisis, observamos desde el punto de vista del nivel de satisfacción con la UNLP, qué les pareció la ciudad y si la recomendarían.



¹⁷ Ver Anexo V, gráficos D y E.

¹⁸ Ver Anexo V, gráficos F y G.

Al 51% que le gustó mucho estudiar en la Institución, tuvieron un alto grado de satisfacción respecto a la ciudad y también la recomendarían mucho.¹⁹

El 34% que tuvo un nivel medio de satisfacción con la UNLP, igualmente le gustó mucho la ciudad de La Plata y la recomendaría mucho.²⁰

Y quienes no tuvieron una buena experiencia estudiando en la UNLP notamos que sólo un 30% le gustó mucho la ciudad, el nivel de satisfacción cayó en gran medida. Lo mismo sucede con la recomendación de La Plata a amigos y familiares, el porcentaje de “la recomendaría mucho” también fue de 30%.²¹

Concluimos que la UNLP y la ciudad, al momento de evaluar la experiencia, están estrechamente relacionadas. Aquellos que estuvieron conformes con la UNLP, también lo estuvieron con la ciudad y la recomendarían en gran medida. Y para quienes no tuvieron una buena experiencia en la Universidad, la evaluación de la ciudad alcanza niveles medios, al igual que el nivel de recomendación. El mismo resultado ha surgido al analizar desde el punto de vista del nivel de satisfacción con la ciudad. A niveles altos de satisfacción con la ciudad, también lo fueron los de la UNLP y el grado de recomendación.

Viajes y visita de familiares y amigos

Los estudiantes extranjeros de grado en un 91% realizaron uno o más viajes durante su estadía en el país²². Los destinos fueron variados, algunos recorrieron distintas provincias argentinas (35%) y otros además pasearon por países limítrofes como Brasil, Uruguay y Chile (25%)²³.

Este grupo de consumidores además reciben la visita de amigos y familiares en un 58%, con los cuales también viajan²⁴. Es decir que la demanda no se limita a los estudiantes extranjeros, sino que se multiplica con la visita de todos los familiares y amigos.

Todas estas cuestiones demuestran que es un segmento de sumo atractivo, que no sólo genera impactos positivos en el turismo local, sino también a nivel regional y nacional.

Alojamiento

Como veremos a continuación, mucho de los estudiantes no realizan reservas previas en alojamiento. El medio más utilizado para los primeros días son los hostels (55%), seguido por la casa de un amigo o familiar (20%)²⁵.

¹⁹ Ver Anexo V, gráficos H y I.

²⁰ Ver Anexo V, gráficos J y K.

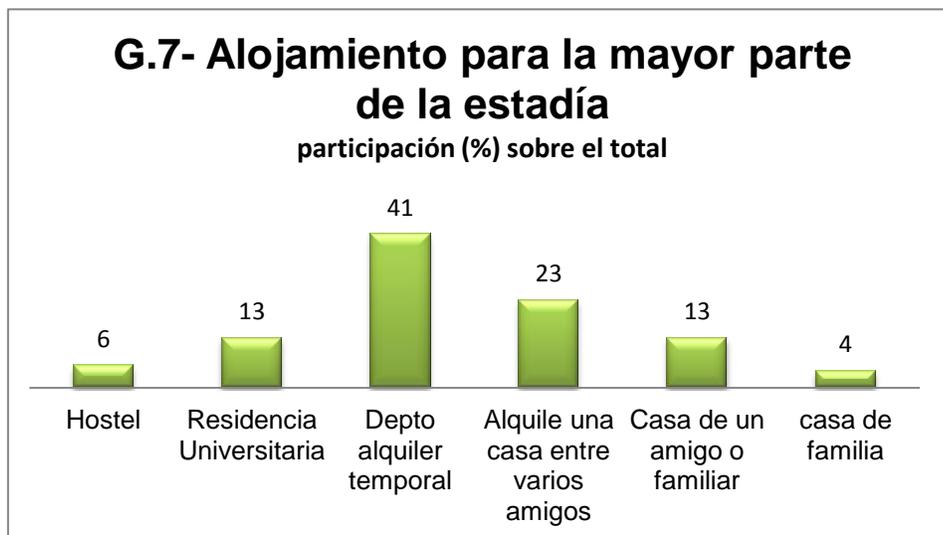
²¹ Ver Anexo V, gráficos L y M.

²² Ver Anexo V, gráfico N.

²³ Ver Anexo V, gráfico O.

²⁴ Ver Anexo V, gráfico P.

Un elevado porcentaje, en la mayor parte de su estadía, utilizó departamentos de alquiler temporal o bien alquiló una casa entre varios amigos.



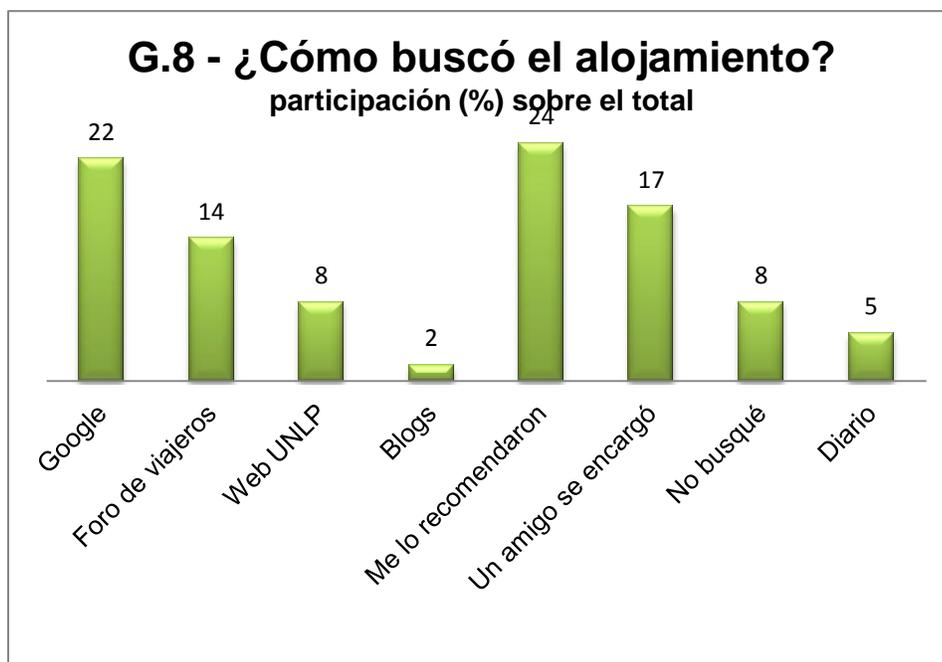
Las variables que más se tuvieron en cuenta al momento de contratar el alojamiento fueron: *precio, ubicación y estar con amigos*²⁶.

Es importante saber cómo buscaron el alojamiento, para detectar cuáles son los canales de comunicación más utilizados y así poder realizar una estrategia enfocada y eficiente para promocionar la oferta de alojamiento de la ciudad.

El cuadro G.8 a continuación muestra que la mayoría de los foráneos se guiaron principalmente por “recomendación” (24%), esto nos hace pensar en la importancia que se debe prestar a la calidad del servicio; en segundo lugar buscaron en Internet (22%) por lo que es fundamental tener una página Web bien posicionada en Google; y en tercer lugar “un amigo se encargó” (17%).

²⁵ Ver Anexo V, gráfico Q.

²⁶ Ver Anexo V, gráfico R.



Sin embargo, el 61% no realizó reservas previas²⁷ por lo cual debería investigarse, posteriormente a esta tesis, a qué se debe esto. Si es porque la recomendación se realiza una vez que están en el destino, porque no hay información suficiente, porque tienen amigos en la ciudad que se encargan de ello, tal vez piensan que no es necesario reservar con anterioridad o bien porque es difícil conseguirlo²⁸. Respecto a la dificultad para conseguir alojamiento, quienes optaron por un departamento de alquiler temporal, un hostel o bien la casa de un amigo o familiar expresaron que fue difícil conseguirlo²⁹.

Analizando detenidamente cómo se contrató cada tipo de alojamiento, las residencias, los departamentos de alquiler temporal y las casas a compartir con amigos fueron reservadas de manera personal. En cambio los hostels fueron reservados por teléfono y vía e-mail³⁰.

Respecto a la relación precio-calidad del servicio de alojamiento, en todos los tipos (menos la casa de familiares o amigos que normalmente no tuvieron erogaciones) la evaluación resultó razonable, es decir, arrojó valores medios³¹.

²⁷ Ver Anexo V, gráfico S.

²⁸ Ver Anexo V, gráfico T.

²⁹ Ver Anexo V, gráfico U.

³⁰ Ver Anexo V, gráfico V.

³¹ Ver Anexo V, gráfico W.

Motivo de viaje

Un 20% de los estudiantes viajaron porque quería hacer una experiencia de vida en el exterior y 12% porque querían vivir específicamente en Argentina. Los deseos de aprender español (12%), conocer gente nueva (14%), salir del país de origen (11%), estudiar en otra Universidad (9%) y aumentar la experiencia para el Currículum (8%) fueron motivadores que estuvieron presentes en la mayoría de los alumnos a la hora de decidir dónde viajar.

Por otro lado, también motivó su viaje el tipo de cambio favorable (3%). Recordemos que 24,3% son alumnos que provienen de Brasil, 20% de Francia y 24,3 % de Colombia (ver G.5), países para los que en los últimos años resultó “barato” visitar Argentina. En este aspecto, el país, ergo La Plata, presentó una ventaja competitiva en el tipo de cambio. El prestigio de la Universidad Nacional de La Plata (2%) y la obtención de una beca (3%) también influyeron en la decisión de viajar.



Elección de La Plata como destino

Conocer Argentina (20%) fue una de las principales razones por las cuales los estudiantes decidieron viajar a La Plata. Por otro lado reafirmamos, pues ya lo habíamos hecho en el cuadro G.8, que este grupo de consumidores presenta un alto nivel de referenciación: 12% viajó por recomendación de alguien que ya estuvo.

Otra razón por la cual se la eligió es porque se considera una ciudad tranquila, que queda cerca de Buenos Aires (11%). Esta característica y ventaja fue a su vez nombrada al momento de explicar por qué recomendaría La Plata en la pregunta 14 del cuestionario (ver Anexo II).

También les resultó de por sí atractiva como destino (11%).

Es importante la política de Relaciones Internacionales y esto se plasma en que muchos optaron por La Plata porque su Universidad tiene convenios con la UNLP (12%): impacto directo de las acciones de la URIU con el turismo. Así mismo, el ser una ciudad universitaria (9%) fue un motivador para estos estudiantes.



Al realizar un análisis más profundo acerca de las razones por las que se ha elegido La Plata como destino de estudio, según lugar de procedencia³², hemos llegado a las siguientes conclusiones:

Los visitantes oriundos de Brasil (23%), seguido por los de España (18%) y Francia (15%) fueron quienes eligieron La Plata porque querían conocer Argentina.

Los brasileños (50%) porque querían estudiar en la UNLP. Los franceses (35%) por los convenios que tiene su Universidad con la UNLP y también muchos dijeron no haber tenido otras opciones al momento de querer hacer un intercambio (63%). Esto refuerza la excelente alianza entre la UNLP y las universidades francesas.

Por recomendación los colombianos (26%), brasileños (26%) y los franceses (22%), casualmente aquellos que más caudal de turismo académico generan en la ciudad.

Eligieron La Plata porque les parecía una ciudad universitaria, estudiantes provenientes de Colombia (22%) y España (22%), y los primeros junto a los estudiantes de Brasil y Francia porque es una ciudad cultural (25% cada uno de ellos). Los visitantes de Colombia (27%) y de Brasil (45%) se vieron influenciados porque venían otros amigos a estudiar a la ciudad y porque es una ciudad tranquila, cercana a Bs.As (23% y 27% respectivamente).

Se ha realizado el mismo procedimiento para detectar cuáles fueron los motivadores principales para la toma de decisión de viajar, según el lugar de procedencia³³.

Los franceses (29%) se vieron motivados por salir del país, más que cualquier otra nacionalidad. También para hacer una experiencia en el exterior (19%), junto a los brasileños (26%) y los colombianos (18%).

Los estudiantes oriundos de Francia (22%) y Brasil (26%) estuvieron motivados por conocer gente nueva y por aprender español (un 35% cada uno).

Los brasileños (34%) quisieron estudiar en otra universidad, y al igual que los colombianos (21%) juntos se vieron motivados por hacer experiencia para su Curriculum (36% y 24% respectivamente).

Los estudiantes provenientes de Francia (36%) y Brasil (29%) quisieron vivir en Argentina y este último, por el tipo de cambio favorable en un 44%.

Los colombianos (26%) junto a los alumnos brasileños (21%) también fueron influenciados por las recomendaciones de amigos que ya estuvieron en La Plata.

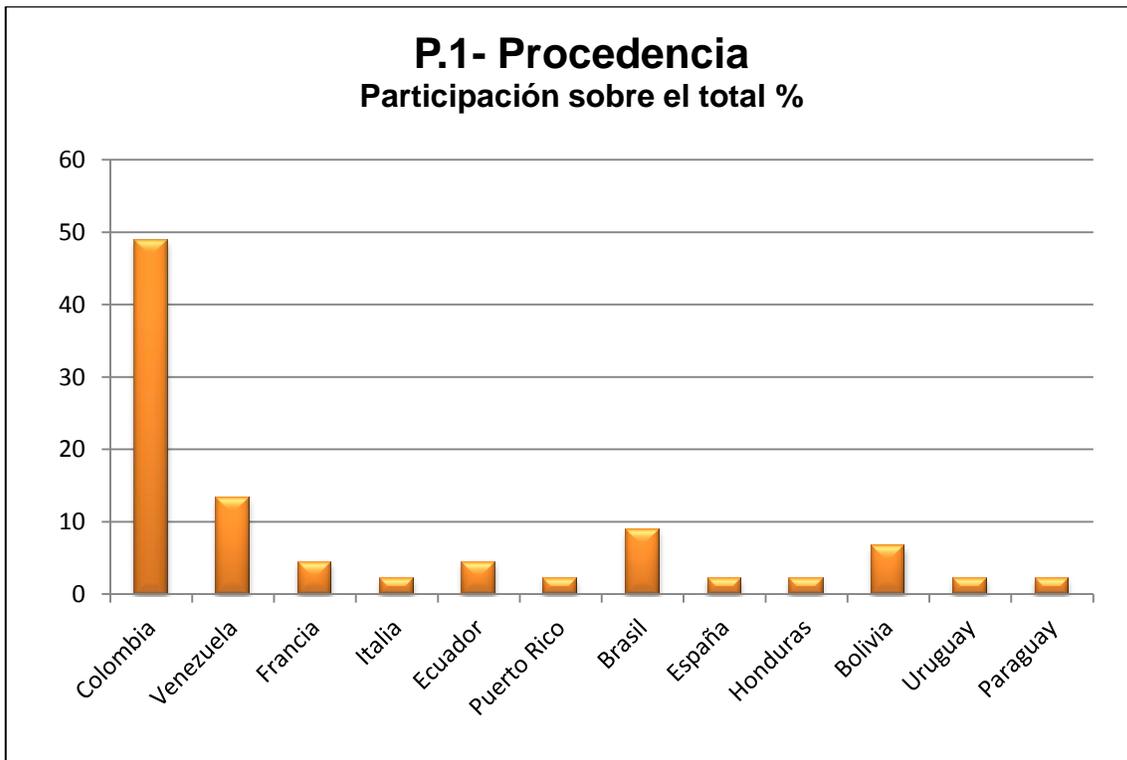
32 Ver Anexo V, gráficos del X1-X12.

33 Ver Anexo V, gráficos del Y1-Y11.

Estudiante de Posgrado

La edad promedio de los integrantes de este grupo es de 27 años³⁴, sin embargo, el 42% de los alumnos se encuentra comprendido entre los 23 y 25 años³⁵; 56% son mujeres³⁶, 93% son solteros y sólo un 2% tiene hijos.

Respecto a su nacionalidad, predomina Colombia (49%), luego Venezuela (13%), Brasil (13%) y en cuarto lugar Bolivia (7%). El resto de los países presentan variado porcentaje

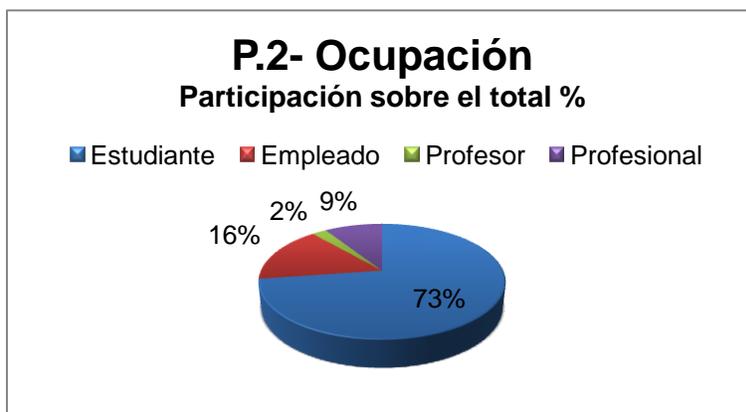


³⁴ Ver Anexo VI, cuadro A.

³⁵ Esto sucede debido a la dispersión de los datos.

³⁶ Ver Anexo VI, gráfico B.

A diferencia del otro grupo, los alumnos de posgrado son en un 73% estudiantes, 16% empleados y 9% profesionales.



Gran porcentaje (74%) tiene una estadía de dos años³⁷ y regresan a su país al menos una vez (90%) para visitar familiares (29%). Otras razones: por trabajo, para visitar amigos y por vacaciones.³⁸

Grado de satisfacción con la ciudad de La Plata



³⁷ Ver Anexo VI, gráfico 3.

³⁸ Ver Anexo VI, gráficos 4 y 5.

Subgrupo “muy satisfecho” con la ciudad de La Plata

Los estudiantes que estuvieron muy satisfechos con la ciudad representaron el 51%. A su vez, el 83% de ellos recomendaría mucho la ciudad y el restante 17% simplemente la recomendaría.

Respecto a la UNLP, aquellos estudiantes que estuvieron muy satisfechos con la ciudad también lo estuvieron con la UNLP (95%) y la recomendarían en un 90% a familiares y amigos.³⁹

Ellos la recomendarían principalmente porque es una ciudad tranquila (28%), planificada, universitaria, y cultural (11% cada una de estas variables). También por su arquitectura (11%), porque es una ciudad bella y ordenada que queda cerca de Buenos Aires y tiene mucho potencial turístico y espacios verdes (6% cada una).

Subgrupo “satisfecho” con la ciudad de La Plata

Este grupo, que presenta niveles medios de satisfacción (45% en P.3), en un 75% la recomendarían a familiares y a amigos; y los motivos: porque es una ciudad tranquila (39%) y porque está cerca de Buenos Aires (22%)⁴⁰.

Respecto a la UNLP, estos estudiantes en un 55% están muy satisfechos con la UNLP y en un 45% satisfechos, es decir, no hubo estudiantes disconformes con la Institución⁴¹.

Subgrupo “poco satisfecho” con la ciudad de La Plata

Fueron muy pocos los alumnos que expresaron disconformidad con la ciudad de La Plata (4%, ver P.3). No puede concluirse nada respecto al nivel de recomendación de la ciudad, donde un 50% la recomendarían y el resto no lo haría⁴².

Respecto a la UNLP, al 100% les gustó mucho y la recomendarían en un alto grado.

³⁹ Ver Anexo VI, gráficos 6,7 y 8.

⁴⁰ Ver Anexo VI, gráficos 10 y 12.

⁴¹ Ver Anexo VI, gráfico 11.

⁴² Ver Anexo VI, gráfico 13.

Grado de satisfacción con la UNLP



El 77% de los alumnos internacionales de posgrado demostró estar muy satisfechos con la UNLP y el restante 23% simplemente satisfechos, es decir, un nivel medio. Asimismo, el 95% del total de estos alumnos demostró tener niveles medios y altos de satisfacción y recomendación de la ciudad⁴³.

Respecto al grado de recomendación de la Institución, los alumnos la recomendarían mucho en un 77% y 33% en mediana medida. Las razones: por la calidad de la enseñanza (37%), por su prestigio (29%), por la oferta académica (17%) y por los buenos profesores (9%)⁴⁴.

Viajes y visita de familiares y amigos

A diferencia del otro grupo, los alumnos de posgrado en un 52% no viajaron durante su estadía. Dentro del 48% que sí lo hizo, un 33% optó por conocer la Ciudad de Buenos Aires, un 14% visitó Cataratas y otro 14% viajó por la Provincia de Buenos Aires⁴⁵.

No puede concluirse nada respecto a la visita de familiares y amigos, pues un 50% recibió y el otro 50% no. Aquellos que sí recibieron visitas, éstas fueron en un 45% familiares, luego de amigos (30%) y de ambos (25%). Al momento de viajar, 73% viajó con amigos⁴⁶.

⁴³ Ver Anexo VI, gráficos 14 y 15.

⁴⁴ Ver Anexo VI, gráficos 16 y 17.

⁴⁵ Ver Anexo VI, gráficos 18 y 19.

⁴⁶ Ver Anexo VI, gráficos 20 y 21.

Alojamiento

Los medio más utilizado para los primeros días, ambos con un 28%, fueron los hostels y la casa de un amigo o familiar.

Al igual que el otro grupo, los estudiantes de posgrado utilizaron para la mayor parte de su estadía departamentos de alquiler temporal (36%) o alquilaron una casa entre varios amigos (20%). Esto es debido a que el 74% de la muestra se quedó en la ciudad durante dos años por ser estudiantes de posgrado que cursan regularmente durante todo el año⁴⁷.

Las variables que más se tuvieron en cuenta al momento de contratar el alojamiento fueron: *precio, ubicación y calidad*⁴⁸. Las dos primeras variables coincidieron con el otro grupo, pero en el tercer lugar los alumnos de grado escogieron *estar con amigos*.

A diferencia del otro grupo, un 31% reservó el alojamiento con cuatro semanas de anticipación y sólo un 28% no realizó reservas previas. 71% expresó que fue difícil conseguir el alojamiento pero un 54% que finalmente cumplió sus expectativas⁴⁹.

Sin embargo, un 33% decidió alojarse en Buenos Aires. Con aquellos alumnos que hemos tenido la posibilidad de realizarle las encuestas de manera personal, nos han contado que optaron por alojarse en la Capital Federal pues el régimen de cursada era sólo los fines de semana y allí encontraban más opciones de alojamiento y actividades para realizar durante la semana.



⁴⁷ Ver Anexo VI, gráficos 22 y 23.

⁴⁸ Ver Anexo VI, gráfico 24.

⁴⁹ Ver Anexo VI, gráfico 25, 26 y 27.

El 88% expresó que el precio del alojamiento le resultó entre muy caro y razonable; la relación precio calidad razonable (56%) y el servicio bueno (51%)⁵⁰.

Analizando más en profundidad, el 62% que optó por un departamento de alquiler temporal el precio les resultó muy caro. Y aquellos que eligieron una residencia universitaria, a un 62% el precio les pareció razonable⁵¹.

El 41% buscó por Internet, como segunda opción un amigo se encargó (25%) y en tercer lugar por recomendación (22%). No hubo una tendencia respecto a la manera de contratar⁵².

Motivo de viaje

Los estudiantes posgrado viajaron principalmente para realizar el posgrado o maestría que querían (33%), para hacer experiencia de vida en el exterior, por el prestigio de la UNLP (ambos en un 14%) y para aumentar la experiencia para su Curriculum (13%).



⁵⁰ Ver Anexo VI, gráficos 28, 29y 30.

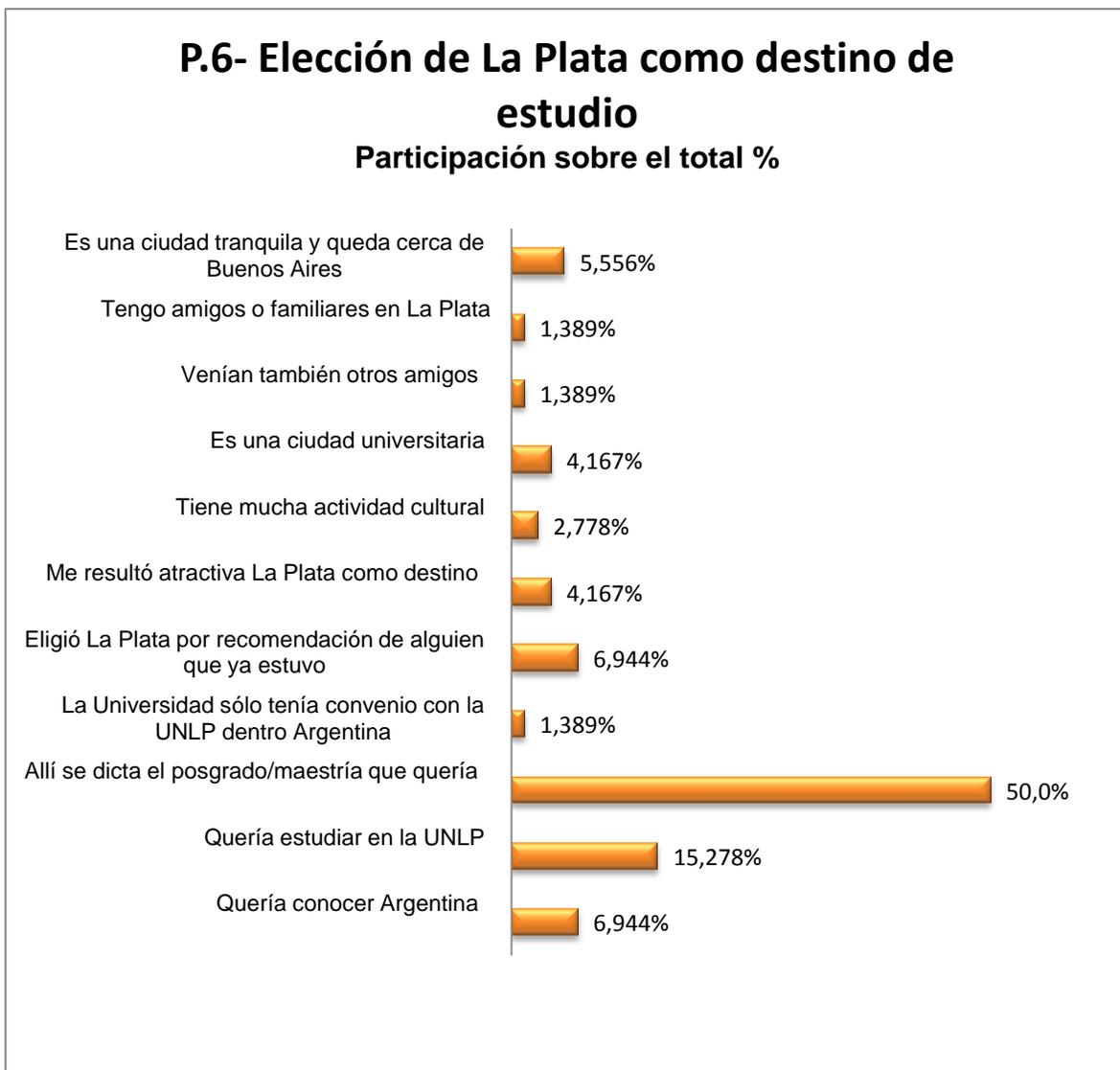
⁵¹ Ver Anexo VI, gráfico 31.

⁵² Ver Anexo VI, gráfico 32.

No ha sido necesario realizar un análisis de los motivadores de viaje según el país de procedencia, tal como se realizó con los alumnos de grado, pues la mitad de este grupo son colombianos.

Elección de La Plata como destino de estudio

El 50% de los estudiantes eligió La Plata porque allí se dictaba el posgrado o maestría que deseaban. El prestigio de la UNLP (15%), conocer Argentina (7%) y la recomendación de amigos (7%) fueron variables a considerar al momento de la elección del destino.



Consideraciones finales

Luego de haber desarrollado los conceptos teóricos y el trabajo de campo, a continuación se confirmará la hipótesis, se responderá la pregunta de investigación y se desarrollarán los objetivos planteados al comienzo de la investigación. Por último, se realizarán las recomendaciones y conclusiones finales.

Hipótesis

“Los estudiantes extranjeros que realizan turismo académico en La ciudad de La Plata eligen el destino por varios motivos, pero principalmente por el prestigio de la UNLP, para aprender español, para realizar una experiencia de vida en Latinoamérica y para conocer Argentina.

Es posible confirmar la hipótesis planteada. Los estudiantes extranjeros realizan turismo académico en La Plata por varios motivos, pero debemos modificar en dicha afirmación los “principales motivos” y diferenciarlos según cada grupo. Éstos resultaron ser para los alumnos de grado “hacer una experiencia de vida en el exterior, conocer gente nueva y vivir en Argentina”. En cambio, para los alumnos de posgrado, “hacer el posgrado o maestría que quería, hacer una experiencia de vida en el exterior y el prestigio de la UNLP”.

Cada estrato de la población resultó motivado por diferentes variables pero ambos coincidieron en “realizar una experiencia de vida en el exterior”. En el caso de los estudiantes de posgrado, el principal motivador fue realizar el posgrado o maestría que querían, lo cual indica que la Universidad y la internacionalización de su oferta académica influyeron más que cualquier otra variable. En cambio, en los alumnos de grado el motivo de su viaje estuvo vinculado a realizar una experiencia de vida fuera de su país de origen y conocer Argentina. Es decir que aquí la Institución no estuvo en primer lugar al momento de decidir a dónde viajar, más bien, fue la experiencia de viajar en sí misma y de conocer un determinado país.

Pregunta de investigación

“¿Por qué este segmento de estudiantes extranjeros que realiza turismo académico elige La Plata, específicamente la UNLP, para realizar su intercambio académico o realizar un posgrado o especialización?”

Los alumnos extranjeros de grado eligieron la ciudad de La Plata como destino de estudio principalmente porque querían conocer Argentina. Ellos, al momento de decidir a qué universidad asistir, se enfrentan ante un abanico de posibilidades. Evalúan la ciudad donde se encuentra la universidad a la cual desean ir, dónde queda y si es tranquila por ejemplo; se guían por recomendaciones de gente que ya realizó la experiencia o bien dependen de los convenios que posee su Escuela de Altos Estudios dentro del país.

Las razones específicas de por qué eligieron finalmente La Plata fueron que la UNLP poseía convenio con su Universidad (sobre todo los alumnos franceses), por recomendación de alguien que ya estuvo en la ciudad, porque la consideraron una ciudad tranquila que queda cerca de Buenos Aires; una ciudad universitaria, con oferta cultural y atractiva como destino.

Los alumnos de posgrado eligieron la ciudad de La Plata porque allí se dictaba el posgrado o maestría que querían y para estudiar en la UNLP. También por recomendación, por querer conocer Argentina y porque la ciudad es tranquila y queda cerca de Buenos Aires.

Si la UNLP continúa reforzando los convenios actuales, internacionalizando su oferta y manteniendo todas esas características que la hacen “atractiva” a los alumnos extranjeros, el turismo académico en la ciudad seguirá creciendo de manera sostenida y la ciudad estará en condiciones de posicionarse a nivel internacional.

Conclusiones finales

A modo de conclusión puede afirmarse que se han alcanzado todos los objetivos propuestos por la investigación (que a continuación serán desarrollados).

Las expectativas fueron cumplidas, se ha obtenido información valiosa gracias al procesamiento de las encuestas y el análisis de las entrevistas, en conjunto con el resto de la información recabada durante todo el trabajo.

Hemos demostrado que el turismo académico es una tipología de turismo aún no reconocida en la ciudad y que trae grandes beneficios, tanto culturales como económicos, a diversos actores de la economía local y regional. Por eso creemos que es fundamental continuar investigando sobre dicha temática.

Objetivo general

“Segmentar a la demanda de estudiantes extranjeros que arriban a La Plata para realizar turismo académico y analizar cada uno de los subsegmentos.”

La demanda se ha dividido en dos estratos⁵³ : alumnos de grado y posgrado, debido a que ambos han presentado características que ameritaban ser analizadas de manera particular.

Los alumnos del primer grupo (grado) tienen un promedio de edad menor a los del segundo grupo (posgrado): entre 23 y 25 años contra 27 respectivamente. Asimismo, los motivos por los cuales eligieron la ciudad y tomaron la decisión de viajar fueron diferentes⁵⁴.

El período de permanencia es distinto: en el primer grupo se observa una estadía continua de entre cuatro y seis meses, en cambio en el segundo grupo alcanzan a dos años pero con una o varias salidas múltiples.⁵⁵

Respecto al alojamiento, ambos grupos optan por departamentos de alquiler temporal, casas a compartir con amigos o residencias universitarias pues sus estadías son prolongadas. Sin embargo, en el segundo grupo, algunos estudiantes de maestría optan por alojarse en Buenos Aires pues su régimen de cursada les permite vivir en otra ciudad y viajar para asistir a clase los viernes y sábado⁵⁶.

Los alumnos de posgrado realizan viajes en un 48 % y reciben mayormente la visita de familiares (45%). En cambio, los alumnos de grado en un 91% viajan y en un 58% reciben visita de familiares y amigos.

Los alumnos del primer grupo suelen utilizar más de un tipo de alojamiento pues en su mayoría vienen sin reservas. Se alojan los primeros días en hostels o casa de amigos y familiares hasta encontrar un departamento de alquiler temporal o una casa para compartir con amigos. En cambio, en los alumnos de posgrado no se evidencia un patrón de comportamiento en el alojamiento. Aquellos que se instalan en la ciudad durante toda la carrera de posgrado, que suele ser dos años, alquilan al igual que los alumnos del otro grupo casas o departamentos. Y aquellos que únicamente viajan a la ciudad para asistir a los encuentros específicos (pues viven en países limítrofes o bien tienen pocos encuentros anuales), se alojan en hoteles o hostels.

Objetivos específicos

- Definir la tipología “turismo académico”:

⁵³ Ver “Cálculo de la muestra” en *Metodología*.

⁵⁴ Ver “Pregunta de investigación” en el presente apartado.

⁵⁵ Ver en Anexo VI, gráfico 3 y en Anexo V, gráfico W.

⁵⁶ Ver Anexo VII, gráfico II.

En el *Capítulo I* ha sido elaborada una definición propia de turismo académico y es la siguiente:

“Las actividades que realizan los estudiantes extranjeros de grado y posgrado durante sus viajes y estancias en los centros de educación superior fuera del país de residencia habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de estudio, ocio y otros motivos”.

- Identificar a la demanda y segmentarla en base a un criterio adecuado para el desarrollo de la tesis:

Tal como se ha desarrollado en “Cálculo de la muestra” en *Metodología*, la unidad de análisis se redujo a dos estratos o grupos para su mejor análisis, respetando los porcentajes presentes en la población.

- Detectar los motivadores que llevan a los individuos a tomar la decisión de viajar.

En el *Capítulo II*, específicamente con los gráficos G.9 y G.10 para los alumnos de grado y P5. y P.6 para los de posgrado son desarrollados los motivos que influyeron en la toma de decisión de viaje de cada estrato de la muestra y la elección del destino de estudio. Asimismo, desglosado según el lugar de procedencia, únicamente en para el análisis de los alumnos de grado.

- Analizar la política de Relaciones Internacionales de la UNLP.

Se destaca la excelente labor de la UNLP, que desde el 2005 creció un 718,8 % en la llegada de alumnos de grado y 232,8 % en la de posgrado⁵⁷.

Asimismo, el grado de satisfacción de todos los alumnos extranjeros de la muestra respecto a la UNLP es elevado: 61% le “gustó mucho” y 30% “le gustó”.⁵⁸

El grado de recomendación es alto: “68% la recomendaría mucho” y 25% la “recomendaría”. Los principales motivos por los cuales la recomendarían son: por la calidad de la enseñanza, los buenos profesores, la oferta académica y el prestigio⁵⁹.

- Estudiar cómo es el proceso de elección del destino:

El principal motivador para los estudiantes de grado es conocer Argentina. Al momento de elegir a qué ciudad específica ir, favorecen a la ciudad de La Plata “la tranquilidad y su cercanía a Buenos Aires”, que es una “ciudad universitaria y cultural”, la “recomendación” positiva de otros estudiantes que ya realizaron la experiencia y los “convenios” de la UNLP.

⁵⁷ Ver cuadro “Tasa de variación anual de alumnos de grado” y “tasa de variación anual de alumnos de posgrado” en el *Capítulo I*.

⁵⁸ Ver Anexo VII, gráfico V.

⁵⁹ Ver Anexo VII, gráfico VI.

En cambio, a los alumnos de posgrado los motiva elegir La Plata porque allí se dicta el posgrado o maestría que desean. La Universidad tiene un papel primordial en la toma de decisión de los estudiantes extranjeros de posgrado⁶⁰.

- Establecer el nivel de satisfacción de la demanda.

El nivel de satisfacción de la demanda de turismo académico respecto a la ciudad es alto (tomando los valores de toda la muestra, no por estratos). 67% estuvo muy satisfecho y 27% satisfecho, siendo tan sólo un 6% que no resultó conforme con la ciudad.⁶¹

También el de la UNLP (ver *objetivo específico: Analizar la política de Relaciones Internacionales de la UNLP*).

Pero respecto al alojamiento, sólo un 55% del total de la muestra demostró haber estado satisfecha, respondiendo “cumplió con mis expectativas”⁶².

- Determinar ventajas y desventajas para los 3 agentes involucrados: para la Universidad, para el estudiante extranjero y para el destino La Plata.

Desde el punto de vista del turismo, la demanda de alumnos extranjeros de grado produce más beneficios a La Plata que la de posgrado por la cantidad de alumnos que representan en el total de la población (59%), por los viajes que realizan por todo el territorio argentino y la cantidad de visitas que reciben.

Los alumnos de posgrados, en cambio, producen más beneficios a la UNLP ya que abonan los aranceles y, al igual que el otro grupo, también elevan el prestigio de la Casa de Altos Estudios. Ellos tienen también una estadía prolongada pero no realizan tantos viajes ni reciben tantas visitas como el otro grupo.

A la UNLP los programas de intercambio y movilidad les trae beneficios como:

Aumentar su prestigio y reconocimiento a nivel internacional: estos alumnos retornan a sus hogares, cuentan sus experiencias y recomiendan estudiar en la Institución a familiares y amigos. También genera un intercambio cultural con el resto de los estudiantes regulares y docentes.

Para corroborar si han cumplido con sus expectativas, evaluamos el nivel de satisfacción y el grado de recomendación tanto de la ciudad como de la UNLP para cada grupo. También, los motivos por los cuales les gustó y la recomendarían (ver *Capítulo II*). Para ambas variables los dos grupos de alumnos extranjeros arrojaron niveles elevados, es decir que la demanda ha quedado satisfecha y con un grado de recomendación alto de la UNLP y de La Plata. Además, viajaron por el país entonces el objetivo de conocer el Argentina deducimos que ha sido cumplido.

⁶⁰ Ver en *Capítulo II*, G.10 y P.6.

⁶¹ Ver Anexo VII, gráfico III.

⁶² Ver Anexo VII, gráfico VII.

Recomendaciones

Como principal falencia encontramos que el turismo académico aún no es reconocido como una tipología de turismo en la ciudad de La Plata. Sin embargo, es un segmento atractivo por el extenso período de permanencia y los servicios que requieren. Los alumnos reciben visitas de amigos y familiares que también demandan servicios y por sobre todas las cosas, generan turismo no sólo en la ciudad, sino también en varios destinos nacionales y regionales.

Por estas razones sostenemos que la importancia de este grupo de consumidores no debe analizarse únicamente desde la UNLP ni desde una perspectiva local, más bien, debería articularse dentro de una política turística más amplia. Se propone desde el presente trabajo la creación de un Programa de Promoción del Turismo Académico, que podría englobarse dentro del Programa de Promoción Internacional perteneciente a la Dirección Provincial de Promoción Turística de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires⁶³.

Se ha utilizado a modo de ejemplo para dicha propuesta el Programa de Promoción de la Universidad Argentina que funciona en el marco de la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación.⁶⁴

Esta iniciativa podría realizarse en un trabajo conjunto de la Secretaría de Turismo de La Provincia, el Departamento de Turismo de la UNLP y la URIU. Con los datos recabados por la URIU y Prosecretaría de Posgrado junto a los resultados de esta investigación podrían planificarse acciones específicas en el marco del Programa propuesto que maximicen los beneficios de la actividad turística en la ciudad y en la región.

Los alumnos de programas de intercambio y movilidad tienen un régimen de cursadas similar al de los alumnos regulares de grado, y suelen hacer turismo los fines de semana, los días feriados o al culminar los estudios. A modo de ejemplo de acciones específicas se podría diseñar desde dicho programa propuestas de “escapadas”⁶⁵ para que los alumnos extranjeros realicen los fines de semana o los feriados. Y para los alumnos de Posgrado, que generalmente cursan los viernes y sábado, deberían desarrollarse propuestas diferentes durante la semana.

Un posible canal de comunicación sería las charlas introductorias brindadas por la UNLP a los alumnos extranjeros, donde además de ser asesorados respecto de la política institucional de la UNLP, de cómo regularizar su situación migratoria y sobre los mecanismos de cursada y evaluación en las distintas Unidades Académicas, también se les brinda información útil para su estadía en Argentina⁶⁶. Es aquí donde podrían

⁶³ www.turismo.gba.gov.ar/

⁶⁴ <http://portales.educacion.gov.ar/spu/promocion-de-la-universidad-argentina/>

⁶⁵ http://www.turismo.gba.gov.ar/marketing/archivos/folletos/Folleto_Escapadas_BA.pdf

⁶⁶ Fuente: “Fuerte impulso al intercambio estudiantil” - Institucional - Web UNLP

realizarse acciones de promoción del turismo local y provincial. Y en el caso de los alumnos de posgrado, ofrecer dicha información y folletería en las recepciones.

Junto al Departamento de Turismo podrían convocarse estudiantes de la carrera de Lic. en Turismo que deseen participar de los proyectos tanto en el área de investigación como para coordinar las propuestas de viajes.

Como recomendaciones a corto plazo, la UNLP debería implementar un programa de sistematización de la información que aplique a todas las áreas vinculadas con la internacionalización de la oferta académica. La Universidad ya ha detectado esta necesidad, es por ello que lo planteó como una debilidad dentro del FODA de la UNLP (ver FODA en *Capítulo I*) y propuso el Subprograma Operativo 26 y el Subprograma 4.1.3.2. dentro del plan Estratégico 2010-2014 (ver *Capítulo I*).

El objetivo sería ordenar y sistematizar la información para mejorar la coordinación entre las partes, hacer efectiva la comunicación y eficientes los recursos. Luego de desarrollar el sistema de información deberían comenzar a realizarse encuestas de satisfacción a los alumnos extranjeros de la UNLP, similares a la del presente trabajo y a realizar informes anuales sobre la situación de la internacionalización de la Universidad. Por otro lado, reforzar la promoción de la oferta de Posgrados no sólo en la Web de la UNLP en diversos idiomas como en francés, portugués e inglés, también en las Universidades extranjeras de donde mayormente provienen los alumnos. Los datos de lugares de procedencia, los convenios más utilizados y los posgrados más solicitados saldrán de los sistemas de información.

La ciudad

La Plata, gracias a las llegadas de estos visitantes, se convierte en una ciudad receptora de turismo internacional, diferente al turismo de congresos y convenciones y al de excursionistas, por ello se ha desarrollado en el *Capítulo II* el comportamiento de estos consumidores, cuáles son los medios de comunicación utilizados para reservar el alojamiento, su estadía promedio, a dónde viajan, con quién, su nivel de satisfacción y referenciación de La Plata y de la UNLP.

La creación del Programa de Promoción del Turismo Académico generaría en una primera instancia, un trabajo en conjunto con la Universidad. Esta última, para responder adecuadamente al proyecto debería llevar a cabo las acciones propuestas de sistematizar la información. Gracias a esto, se obtendría información útil y pertinente para la toma de decisiones con el menor grado de error posible tanto para el sector público como para el privado.

Gracias al turismo académico la ciudad de La Plata entraría estratégicamente en el mercado internacional, debiendo realizarlo de manera planificada, ordenada y sustentable. Por otro lado, generaría empleo y daría la posibilidad de desarrollarse en la disciplina turística a estudiantes y profesionales.

Bibliografía

Consejo Federal de Inversiones (2008) "Universidades promocionan turismo académico". (2008, Mayo) tomado de *Diario La Mañana de Córdoba*. Enlace: <http://www.cfired.org.ar/Default.aspx?nId=3090>

Didou Aupetit, S. & Mendoza Rojas, J. (2005). *La comercialización de los servicios educativos: retos y oportunidades para las instituciones de la educación superior*. México: Editorial Anuiés.

Di Lorenzo, D. & Nicolao, J. (2010). *Inserción Internacional de Argentina: una aproximación al fenómeno de la inmigración de estudiantes latinoamericanos*. V Congreso de Relaciones Internacionales realizado en la Universidad Nacional de La Plata del 24 al 26 de noviembre del 2010.

EducAmericas (2008, Diciembre). "US\$213 millones dejaron los estudiantes extranjeros en Argentina". Enlace: <http://www.educamericas.com/comment/reply/2383#comment-form>

Hernández Meléndrez, Edelsys (2006). *Cómo escribir una tesis*. Cuba: Escuela Nacional de Salud Pública. Enlace: http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/cardiocirugia/como_escribir_una_tesis.pdf

Klotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2004). Cap. 6: Análisis del comportamiento del consumidor. Cap 8: Segmentación de mercados y posicionamiento. En *Marketing para turismo*. Tercera edición. Madrid: Editorial Pearson Educación S.A.

Mejía, Elías (2005). *Técnicas e instrumentos de investigación*. Lima, Perú: Editorial Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Ministerio de Educación de la Presidencia de la Nación, *Programa de Internacionalización de la Educación Superior y Cooperación Internacional*. Buenos Aires. Enlace: <http://portales.educacion.gov.ar/spu/cooperacion-internacional/>

Ministerio de Educación de la Presidencia de la Nación, *Programa de Promoción de la Universidad Argentina*. Buenos Aires. Enlace: <http://portales.educacion.gov.ar/spu/promocion-de-la-universidad-argentina/>

Pawlowska, E. & Martínez, F. (2009). "Una aproximación al impacto económico directo del turismo académico: el caso de los intercambios ERASMUS en la Universidad de Santiago de Compostela". *Revista Galega de Economía*, vol. 18, núm. 2

Red Universia (2007). "Estudiantes extranjeros en Argentina" Enlace: <http://especiales.universia.com.ar/estudiantes-extranjeros-argentina/>

Safiro II, (2009). *Casos prácticos para la gestión de la internacionalización en universidades*. Alicante, España: Universidad de Alicante, Oficina de Gestión de Proyectos Internacionales (OGPI)

Enlace: http://www.inca-network.org/public_documents/SAFIROII_Casos%20Practicos.pdf

Sebastián, Jesús (2004). *Cooperación e Internacionalización de las Universidades*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

UNESCO - Educación (2004). *Educación Superior en una sociedad mundializada*. Francia: autor

Valles, Miguel (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*. Cap.3. España: Editorial Síntesis,

Vergara Giavi, P.; Iglesia, G. & Iglesia, J. (2008). *Estudiantes Internacionales: Una Oportunidad para la Argentina.* EDUARGENTINA.

Enlace: http://www.eduargentina.net/estad/pdf/study-abroad_ele-en-argentina_2008.pdf

Recursos electrónicos:

<http://www.exportar.org.ar/>

<http://www.migraciones.gov.ar/accesible/>

<http://dormsba.com/en/>

<http://portal.educacion.gov.ar/>

Leyes y Decretos:

Ley de Migraciones Argentina, Ley N° 25.871. Buenos Aires, Argentina, sancionada el 17 de Diciembre del 2003 y promulgada de hecho el 20 de Enero del 2004.

Disposición 20.699/2006, Buenos Aires, 19 de Mayo del 20

Anexo I: Entrevistas Personales

I.1- Entrevista a Alejandro García, Director Carrera de Lic. en Turismo

1. ¿Cuál es tu cargo dentro de la Facultad de Cs. Económicas?

Soy docente de Introducción al Turismo, Políticas Turísticas y desde Junio del año pasado estoy a cargo del Departamento de Turismo de la Facultad.

2. ¿Cuáles son los principales beneficios que trae el turismo académico a nuestra ciudad?

Veo que han aumentado las llegadas. Yo conozco mucho sobre las universidades de Buenos Aires, como la Universidad de Palermo que tiene un gran porcentaje de matrículas de extranjeros por dos variables: costo y por calidad académica. Sé que esto trae aparejado un crecimiento del mercado inmobiliario y de la construcción.

3. ¿Qué beneficios trae un alumno que viene por un intercambio o programa de movilidad?

El alumno traslada su propia visión o cosmovisión del mundo, de su realidad hacia acá y genera una interacción bastante interesante con sus compañeros, docentes, etc. Ese intercambio de cosmovisión es positivo, no tanto de cultura porque muchos países cercanos tienen culturas similares

4. ¿Piensa que es un mercado atractivo desde el punto de vista económico? ¿Por qué?

Sí, es muy atractivo a tal punto que hay una política pública turística vinculada al turismo educativo, que es parte de la oferta exportable de la Argentina. Es a través del IMPROTUR donde se promocionan diversos institutos y sobre todo la oferta está un poco concentrada en la enseñanza del idioma español. Es un mercado creciente.

5. ¿Qué piensa que puede suceder con este mercado a mediano y largo plazo?

Lo veo en crecimiento. No es una moda, sino que esa tendencia se va a ir estabilizando hasta ser un tipo de mercado específico. Tiene ausencia de estacionalidad por lo cual es importante.

6. Y comparado con el turismo de ocio, de negocios o excursionistas que vienen a la ciudad, ¿Por qué tipología de turismo optaría más allá de que sean diferentes entre sí?

Sin dudas con el turismo académico, porque el plazo de permanencia es mayor, el gasto (por más de que tenga un gasto bajo), genera un gasto en alquiler, comidas periódicas, es mucho más interesante que otro tipo de turismo característico de La Plata.

7. ¿Qué cree que los motiva a venir a La Plata?

La verdad que no sé, supondría que hay una cuestión de imaginario colectivo. La ciudad de La Plata vinculada a la

Universidad. Si se piensa en Buenos Aires ya hay otras variables. Pero para un estudiante creo que La Plata se asocia mucho al mundo universitario, muchas facultades, alumnos del interior del país, algo que no sucede con otras ciudades también universitarias, como es el caso de Córdoba o Capital Federal.

8. ¿Qué piensa que los motiva a elegir la UNLP?

En la semana del turismo preguntamos justamente eso a la gente y ellos consideraron a la Universidad como muy prestigiosa, creo que eso es.

9. ¿Cree que vienen a la ciudad o a la Universidad en particular? ¿A la ciudad porque ahí se encuentra la UNLP o a la UNLP porque se encuentra en La Plata?

No creo en las acciones unicasales, sino que hay interacciones. Incluso hay influencia del entorno familiar. Por ejemplo una persona puede tener una referencia de la ciudad y le gustaría que su hijo viniera a estudiar acá porque es tranquilo. Es una ciudad con muchos jóvenes. Haría una mezcla de ponderaciones, una interacción de ambas cosas.

10. Desde el punto de vista público, ¿Qué papel cree que tiene la Secretaría de Turismo en este nuevo mercado?

Es muy acotada su participación porque las autoridades no se han dado cuenta de la potencialidad que tiene esta ciudad, si bien hay varias inversiones vinculadas al turismo, la acción pública vinculada a la actividad es muy baja. Ahora hay mucho más material que antes, de todas maneras sigue siendo escaso. Hay falta de señalización y la calidad de los servicios debe mejorar muchísimo. La atención es mala pero la gente es muy amable, debería mejorar la calidad del servicio.

11. ¿Qué acciones podría llevar a cabo la Secretaría?

Primeramente generar algún tipo de red vinculada a la calidad de los servicios. Segundo, demostrar que hay un determinado interés en la actividad. Los centros de informe son malos, el cartel que está ubicado al bajar de la Autopista La Plata- Buenos Aires está a la intemperie y hay una casa en muy malas condiciones que funciona como centro de informe. Hay que hacer de todo pero lo primordial es la información.

12. ¿Qué piensa acerca de la unión del sector público y el sector privado para atender esta demanda? ¿Hay algún proyecto que se le ocurra?

Hay que apuntar principalmente al segmento específico, al que se quiere atraer. La cooperación entre ambos sectores es importante pero no para generar una masividad. Cooperar con la Universidad a través de instrumentos como los intercambios.

13. ¿Qué podría hacer el área de Relaciones Internacionales para aumentar aún más las llegadas?

Tener un plan y un objetivo claro, si se desea extender este tipo de programas. Y poner una oferta de calidad, después cooperar con las distintas facultades.

14. ¿Qué beneficios puede darle a los diferentes agentes de turismo de la ciudad esta demanda?

Como toda actividad turística, los beneficios económicos, la promoción indirecta que puede atraer la llegada de familiares a la ciudad.

15. ¿Cree que la ciudad podría formular un plan de captación de nuevos mercados o bien utilizar este canal que son los estudiantes extranjeros para promocionarse?

Lo primero que tiene que hacer la ciudad es dar información y no debe apuntar al turismo internacional sino primero al turismo local. Entonces paso a paso porque es todo un aprendizaje. El crecimiento de la mayoría de los centros turísticos del país pasó primero por un desarrollo local con una determinada madurez respecto a la calidad del servicio y luego se lanzaron a conquistar mercados lejanos.

I.2- Entrevista a Astrid Osorio, alumna de maestría

1. ¿Qué estás haciendo en La Plata, Astrid?

Una Maestría en Derechos Humanos.

2. ¿Por qué elegiste La Plata para venir a estudiar?

Más que La Plata elegí la Universidad, entonces de ahí comencé a comparar la Universidad con la UBA, la de Palermo y fue la que más me gustó dentro de Latinoamérica. Una vez que escogí la Universidad comencé a mirar la ciudad, dónde iba a vivir. Primero estuve en Buenos Aires y me aterró.

3. ¿Y por qué la UNLP habiendo tanta oferta académica en el mundo?

En Latinoamérica, por lo menos en mi maestría, es la mejor. Revisé la UBA, la de Palermo y no se pueden ni comparar.

4. ¿Cuánto dura tu maestría?

Dos años pero yo pienso estar aquí un año y terminar la maestría en EEUU.

5. ¿Por qué convenio viniste?

En realidad no hemos tenido ninguna reunión aún con la Universidad informativa, entonces ha sido como catastrófico porque uno viene perdido, aquí las formas de estudio son diferentes, la forma de evaluarnos. Pero a mí lo que me importa no es tanto el convenio, pues en mi Universidad por más de que no exista el convenio uno puede tramitar el intercambio. Te dan la posibilidad de hacerlo en otro lado y luego revalidar las materias.

6. ¿Cómo fue tu proceso cuando llegaste, te dirigiste la URIU directamente?

No, yo hice todos los trámites directamente por Internet, me inscribí, envié los documentos que te pedían desde Colombia, recomendaciones de docentes, un currículo. Y luego esperé la reunión de comité donde te eligen. En diciembre me llegó la carta y comencé a ver mi estadía acá pero hay gente que viene directamente.

7. ¿Y tus trámites legales? ¿Qué visa requerís para estudiar el posgrado?

En este momento estoy como turista por 3 meses, luego debo de salir y volver a entrar al país para poder estar legal. Mientras me hagan la residencia transitoria que demora unos 8 meses aproximadamente.

8. ¿Qué te pareció la ciudad, era lo que te imaginabas?

Si, era lo que me imaginaba, es muy linda. Hoy en día con Google todo se puede saber, por eso cuando llegué a Buenos Aires me aterró y me vine a La Plata.

9. ¿Qué te pareció la gente?

La gente es muy amable, pero no es tan amable como en mi ciudad. Al principio me chocaba cuando por ejemplo iba a un restaurante y la gente es muy tosca, pero comparándola con Buenos Aires, son amorosos.

10. ¿Dónde vas a vivir? Ahora estás alojada en el hostel Frankville.

Por fin encontré un departamento en 38y3 y me mudo en unas semanas.

11. ¿Te costó mucho conseguirlo?

Si y el alquiler pasó de costar 2100 a 2800 y eso que le pedimos que lo rebajara porque pedía 3000. Somos 3. Pasar de 2100 a 3000 es un despropósito.

12. ¿Qué esperas hacer en el país? ¿Vas a viajar? ¿Te van a venir a visitar?

No creo que me vengan a visitar porque voy a estar yéndome a mucho lados, pero tal vez un amigo venga y la idea es visitar al máximo Argentina.

13. Si yo te pregunto por qué decidiste hacer esta experiencia: ¿fue 100% por hacer tu maestría o para hacer una experiencia de vida afuera? ¿Es la primera vez que vivís afuera de tu país?

Yo ya he vivido afuera del país y yo creo que es más por mi maestría. Porque por mi nivel de inglés aun no pude aplicar para USA, por eso quiero estar este año acá y aprender inglés bien para luego ir a USA.

I.3 - Entrevista a Fernando Rigone, responsable de Relaciones Internacionales de la Facultad de Humanidades y Cs. de la Educación (FAHCE)

1. ¿Cuál es su función dentro de la oficina?

Dirijo la Cooperación Internacional de la facultad. Hago la recepción y el acompañamiento tanto académico como administrativo y vital de los alumnos de grado de cortas estadías. A los de posgrado hago un acompañamiento más que todo vital, ayudarlos a conseguir alojamiento, cosas que no tengan que ver a lo académico o administrativos.

Gestiono todos los convenios internacionales de la facultad, los Marco, los específicos u otros tipos de acuerdos, difundiendo información a profesores y estudiantes, gestiono becas, las negociaciones, todo lo que tenga que ver con la internacionalización de la oferta sucede acá.

2. ¿Cuántos alumnos reciben por semestre aproximadamente?

Por semestre alrededor de 40 y 60 alumnos de intercambio. De posgrado no tengo los datos porque no hago la parte de acreditación, le calculamos unos 30 por semestre.

Cuando es un estudiante de posgrado uno tiene que pensar que antes de la llegada del alumno tuvo una preinscripción, una búsqueda de tutores, es otro camino. Y normalmente vienen directamente a las secretarías de sus maestrías o doctorados y de ahí en general los mandan acá y de ahí a Posgrado UNLP.

En la URIU se encargan de alumnos de grado y algunas cosas particulares de posgrado. De posgrado se encarga la Prosecretaría de Posgrado, por eso hay un pequeño "divorcio" que lo hace complejo más que nada a la hora de gestionar la visa estudiantil. La URIU tiene muy claro ese tema en cambio la gente de posgrado un poco menos.

3. ¿Cómo es el procedimiento cuando viene un alumno del extranjero a hacer un intercambio? ¿Qué papeles necesita?

Toda la parte burocrática la realiza la URIU. Tienen que aplicar en tiempo y forma, llenar formulario. Nosotros nos encargamos de la parte académica una vez que aplicaron. Trabajamos en conjunto y muy bien, ya nos conocemos. Somos la facultad que más alumnos reciben, si no tuviéramos una buena relación sería caótico el trabajo en conjunto.

Respecto a la gente de posgrado, como allí no se encargan específicamente de alumnos internacionales, y sólo un 4% o 5% son extranjeros, le dan ese "lugar" que se merece. Tal vez no es una gran prioridad igual siempre que he mandado gente allí los atienden bien. Lo único que tal vez debería mejorar es con lo referido al visado que igual creo que lo están negociando. La gente de la URIU negoció con Migraciones tener una facilidad desde el rectorado para gestionar los turnos de visados. Si un alumno va por su cuenta a pedir un turno le puede demorar meses, en cambio la Universidad se lo consigue para dentro de dos días.

4. ¿Siempre tienen que hacer la visa dentro de los 3 meses?

Si, por lo general ellos tienen un mes a partir de la reunión inicial que le da la Universidad para regularizar su situación migratoria. Ellos ingresan como turistas pero tienen que gestionar su residencia temporaria y dependiendo del tiempo que estén cambian los papeles que necesitan y permisos, etc.

5. ¿A qué carreras mayormente vienen?

El problema es que no vienen a carreras, sino a áreas. 70-80% vienen de Europa y allí hay un sistema de educación que no tiene que ver con el nuestro. Entonces recibimos estudiantes de diversas áreas, que toman materias aquí, después en geografía, letras y con todo eso arman un combo que en su Universidad le sirve. Te podría decir que los temas que más le interesan son los referidos a Argentina y a América Latina, la historia, la literatura y la sociedad. Generalmente vienen un semestre.

6. ¿Qué es lo que acredita la UNLP para que a los alumnos le sirva?

Nosotros le acreditamos sobre notas (si el alumno cursa y no tiene nota, no se acredita nada) y las materias. Ellos tienen los mismos requisitos que tiene un alumno regular, pero aclaramos la cantidad de horas que tiene cada materia. El pasaje de notas se hace a través de la carga horaria. Hay tres posibilidades de materias en cuanto a la carga horaria:

-Seminario que tienen 50 horas.

-Materias troncales, que sólo se puede cursar la parte práctica y se acredita eso, 32 horas.

-Materia completa, 92 horas.

Con todo esto armamos un informe de cada alumno, lo enviamos a rectorado, ellos reúnen las notas del alumno en cada facultad y arman un único certificado que es enviado a su universidad de origen.

7. ¿Cuáles son los convenios más frecuentes o programa por cuales vienen?

Los Convenios Marco son paraguas legales bajo los cuales se puede armar lo que uno quiere, por ejemplo hay para Universidades (está incluido dentro de la parte de transferencia de la página de la UNLP).

La única autoridad que puede firmar un convenio es la Universidad, una Unidad Académica por sí sola no puede.

Los registros los tienen en Rectorado. La UNLP tiene como norma no recibir un alumno fuera de convenio.

Se puede generar un convenio siempre y cuando valga la pena porque genera un compromiso institucional. Evaluamos institucionalmente en qué le beneficia a la Facultad o la UNLP y si le beneficia hacer el convenio.

8. ¿Qué tienen en cuenta para evaluar el beneficio que le puede traer a la UNLP un convenio?

Si hay reciprocidad real fundamentalmente. Nosotros ofrecemos una educación gratuita y de calidad a cambio de algo. Tratamos de que se traslade a la posibilidad de movilizar a nuestros alumnos.

Convenios 4x1. Nosotros recibimos 4 estudiantes extranjeros para que 1 nuestro pueda viajar con una ayuda significativa que permita que esa movilidad funcione: que desde la otra Institución le cubran el aéreo, la estadía o bien estudios gratuitos. Muchas veces no se logra todo eso porque es complejo pero algo sí reciben, algo de dinero.

El beneficio es para los alumnos o docentes. Nos interesa mucho más en este 4x1 enviar un estudiante de posgrado, los priorizamos por sobre los estudiantes de grado porque son muy poco los recursos que hay para estas movilidades y los alumnos grado tiene una buena formación. En cambio los de posgrado tienen que sí o sí internacionalizarse para su formación. Tienen que pasar por una biblioteca de otra Universidad, ver otros archivos y asistir a seminario dictados en otro lugar para tener una formación completa

9. ¿Los convenios los tienen discriminados para estudiantes de grado o posgrado?

No, los Convenios Marco hablan de la generalidad de la Universidad, ni siquiera se habla de facultades. Es UNLP con otra Universidad. Dentro de éste tenemos la posibilidad de firmar Convenios Específicos o Anexos y, si hace falta, se detalla el Programa Específico. No queremos multiplicar la burocracia, hacemos lo mínimo indispensable en cuanto a convenios.

10. ¿Cuáles cree que son los beneficios que le trae a la UNLP la internacionalización de la oferta académica?

Creo que el principal beneficio es la visibilidad, es decir, "acá estamos nosotros ante el mundo" con todas las cosas que podemos generar y construir. Nosotros generamos y construimos conocimiento, creemos que es válido y está al nivel de cualquier otra universidad. Después creemos que no se construye conocimiento en soledad, más bien, tenemos que vincularnos con otros, dialogar, discutir, pensar, ir y venir.

11. ¿Por qué cree que llegan cada vez más estudiantes, hay más intercambios?

Creo que por un lado es una tendencia global y Argentina no está ajena al mundo. Estamos ante una tendencia mundial a la cual la UNLP se sumó muy activamente, creo que desde hace 5 o 6 años que se empezó a plantear esto (antes ni siquiera funcionaba la URIU). Hubo un reconocimiento de la necesidad y tuvieron que disponer gente para que se encargara de eso. A eso se le suma que La Plata es un

destino para un estudiante extranjero, primordialmente para un estudiante europeo, muy interesante. Argentina ya es de por sí atractiva y funciona en la concepción europea como umbral de entrada a Latinoamérica. Este mito de Argentina como país europeizado, está todavía en la cabeza de muchos europeos. El choque al llegar es menor que si llegaran directamente a Perú o Bolivia. Por otro lado, el cambio los beneficia.

La Plata es un destino interesante porque tiene algo muy importante: la UNLP. La ciudad es bastante amable, fácil de transitar, moverse, de vivir; es una ciudad joven con muchos estudiantes y, además, se encuentra a tan sólo una hora de Buenos Aires, sin tener su locura. Uno tiene que pensar que una ciudad europea normal es de 300.000 habitantes, pequeña para los estándares latinoamericanos. Entonces, eso hace que La Plata sea más parecida a las ciudades europeas de las cuales provienen la mayoría de los alumnos de intercambio. Sin embargo, los alumnos de posgrado vienen mayormente por una cuestión de costos.

12. ¿Qué le dicen los alumnos sobre su experiencia de vida en La Plata?

Siempre quedan fascinados. Todos los años tenemos dos o tres estudiantes que deciden quedarse a vivir.

13. ¿Le dicen cuáles son sus mayores dificultades acá?

La mayor dificultad es que al ser de otro país, algunos tienen otro idioma y otra forma de vivir y de pensar. El medio de transporte es un poco caótico y vienen acostumbrados a que todo esté acomodado, que la Universidad le ofrezca todo resuelto y solucionado.

14. ¿Qué opina del alojamiento para los estudiantes en la ciudad y los costos?

El alojamiento es un problema. Ahora hay como 5 o 6 hostels, antes había unos sólo. Creo que no hay una concepción de pensar esto para estudiantes internacionales, a la gente se le hace un signo pesos y suben los precios. Ellos son estudiantes, al hablar con ellos te dicen que en sus países son obreros. Para solucionar eso tenemos un listado de alumnos de la Universidad que comparten casas y tenemos cerca de 60 lugares donde oficiamos de mediadores.

15. ¿Cuáles son las temáticas de los posgrados?

En general las más elegidas son:

Maestría en historia y memoria. 50% son alumnos extranjeros, la mayoría son colombianos.

Doctorado en Cs. Sociales.

Maestría en Cs. Sociales.

Maestría en historia.

I.4 - Entrevista a Eduardo Di Gusti, Secretario de Investigación y Posgrado - Facultad de Ciencias Económicas

1. ¿Cuál es su función en el Departamento de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas?

Soy Secretario de Investigación y Posgrado

2. ¿Qué me puede contar de los estudiantes extranjeros que vienen a realizar un posgrado, una maestría o un doctorado a la facultad?

La mayoría de los estudiantes vienen a hacer intercambio (un cuatrimestre o semestre) más que la carrera completa.

3. ¿Vienen por convenios de la Universidad?

Si, convenios entre Universidades. El que más funciona es el "Grupo Montevideo", lo que te permite es tanto enviar como recibir alumnos y que les paguen el alojamiento y el pasaje.

4. ¿Cuáles son las carreras de posgrado más concurridas?

Maestría en salud, sorpresivamente es la más concurrida por extranjeros y después las tradicionales: todo lo que tenga que ver con la economía y la administración. Lógicamente las que menos buscan son las relacionadas con la contabilidad, pues las leyes en cada país difieren. Las relacionadas con la economía tienen una admisión un poco más compleja.

5. ¿Y por qué cree que los alumnos eligen esas carreras en la UNLP?

No hay dudas que los alumnos vienen a la UNLP por su prestigio, ahora, dentro de la oferta de la Facultad es sorprendente que haya algunas tan masivas, creo que puede ser porque es una oferta que no está cubierta afuera, es mi opinión no es que lo tengo cuantificado o justificado.

6. ¿Cuántos alumnos extranjeros tiene aproximadamente cada carrera por semestre?

Varía la cantidad pero hay promedio 3 o 4 alumnos extranjeros por cortes de maestrías, sería como un 10%.

7. ¿Ellos entonces viajan sólo para cursar y luego retornan a su país?

Sí. En realidad los que hacen la carrera completa se instalan acá, el que viene por intercambio viene un cuatrimestre y se titula en su país con el certificado de que hizo tales materias en la UNLP.

8. ¿Qué acciones realizan desde la FCE para promocionar estos posgrados?

En realidad nuestra mayor presencia es desde la página web de la UNLP, estamos buscando empezar a tener folletería en inglés y en la web también.

9. ¿Directamente la demanda se acerca a ustedes?

Sí

10. ¿Cree que sería positivo para la FCE promocionar su oferta de posgrados con todos los beneficios que conllevan las llegadas de estudiantes extranjeros?

El intercambio académico siempre es positivo, siempre es bueno. Sucede que para promocionar estas cuestiones las universidades tienen resuelto algunos puntos que la nuestra aun no los tiene: el alojamiento, que para cualquier alumno extranjero es clave. Por más que esté el albergue estudiantil, este es destinado a los alumnos de intercambio, sólo a algunos, pues no pueden costearse un departamento. No hay cupos y el tema del alojamiento pasa a ser una traba, porque uno puede costearle el pasaje, la manutención pero que haya disponibilidad o no de alojamiento le excede a la Universidad. El tema de las garantías es un problema y también los precios elevados de los alquileres temporales.

11. ¿Cuáles son los trámites que deben realizar los alumnos extranjeros para intercambio o para la carrera completa?

Si es un intercambio es poco porque la UNLP no emite el título, sólo certifica que ese alumno estuvo aquí, cursó tales materias y sacó tales notas. Siempre con residencia temporal. Si ese alumno hace la carrera completa primero se le pide la admisión a la carrera de posgrado para poder tramitar la visa de estudiantes. A Nosotros nos incumben las cuestiones académicas y nos aseguramos que los alumnos tengan un título de grado, corroborar que su Universidad sea reconocida, tal vez hacemos exámenes de nivelación para ver cómo están.

12. ¿Vienen de algún país en particular?

Hoy en día tenemos muchos colombianos.

13. ¿A qué cree que se debe esta tendencia?

En el caso de Brasil para ser profesor universitario les piden tener carreras de maestría acreditadas por Organismos, vienen muchos a carreras acreditadas por la Coneau. Tenemos dos carreras que se dedican a los contingentes brasileros y las dictamos especialmente para ellos en una modalidad especial. Como es el caso de la Maestría de Marketing Internacional y estamos firmando para dictar la Maestría en Dirección de Empresas.

¿Por qué la eligen? Porque es lo que necesitan para acceder a determinado puesto, por el prestigio y por el costo.

14. ¿Y respecto a los alumnos provenientes de Colombia?

No sé por qué pero sé que respetan mucho la formación profesional en las Ciencias Económicas de la Universidad.

I.5 - Entrevista al Lic. Uriel Charne, dueño de residencias estudiantiles en La Plata

1. ¿Cuándo abrió su primera residencia?

La primera residencia la abrimos hace 3 años exactamente en calle 6 entre 48 y 49. Fue una iniciativa en conjunto con un colega Santiago Cravero, estábamos de viaje un día y se nos ocurrió empezar a ofrecer a la ciudad de La Plata alojamiento del tipo que nosotros buscábamos cuando estábamos en el exterior, cuando nosotros hicimos una experiencia de trabajo en el exterior. Ya estábamos acostumbrados a saber qué queríamos y la idea fue poner algo similar acá en La Plata, de calidad y que le dé respuesta a las necesidades de lo que busca este tipo de público que viene a Argentina temporalmente.

2. ¿A qué público apuntan?

Apuntamos más que nada a los extranjeros y el perfil es gente de posgrado o que vienen a hacer una pasantía por 6 meses o un año.

3. ¿Por qué apuntan a ese mercado?

Porque creemos que vienen con una onda y una energía especial que es la de venir a pasarla bien, estudiar y ser responsable. Distintos al público que estudia en Argentina habitualmente. Y segundo, pueden amoldarse a un nivel de precios que los argentinos no estarían dispuestos a pagar porque tienen otras facilidades para conseguir similares servicios a un precio más bajo, esto puede ser porque tienen una garantía, o bien conocidos o amigos que les permiten alojarse en la ciudad.

4. ¿Qué tienen más estudiantes de intercambio o estudiantes de posgrados? ¿Le preguntan a que vienen?

Si, nuestras preguntas empiezan al momento que se contactan con nosotros. No tenemos entrevistas antes de no saber a que vienen, de donde vienen, cuanto tiempo quieren quedarse en Argentina, cual es el motivo que los trae a la ciudad. La entrevista física la hacemos en la casa.

No hay una tendencia respecto a que vienen. Está repartido entre alumnos de posgrado y chicos que vienen a hacer pasantías o becados por 6 meses o 1 año.

5. Dentro de esos dos grupos que dice... ¿las edades son diferentes? ¿Cómo son los perfiles?

Los alumnos de posgrado suelen ser mayores de 25 años y nunca superior a los 28 o 30. Evidentemente aquellos mayores de 30 busca otros establecimientos porque no se acercan a nosotros.

Los posgrados no superan los dos años, después depende de ellos quedarse o no en la ciudad. Por lo general regresan a su país en esos dos años. Los colombianos y ecuatoriano suelen regresar en verano.

Y los chicos que están de intercambio, vienen entre 6 meses y 1 año, tienen entre 18 y 25 años y sucede que hay mucha gente, sobre todo de Ecuador y Colombia, que vienen a hacer la carrera completa y eligen nuestro lugar como primer encuentro físico con la ciudad.

6. ¿Sólo extranjeros pueden alojarse?

Sí. Los argentinos son bienvenidos, sin embargo, nosotros apuntamos a un público extranjero. Tuvimos un argentino el año pasado y este también. Lo que sucede es que existe un filtro natural, ellos mismos deciden buscar opciones de otro estilo. Además hay una realidad, cuando uno hospeda extranjeros, ellos mismos se entusiasman con tener un intercambio cultural con otros extranjeros.

7. Y al charlar con ellos, ¿les pregunta por que vienen a estudiar a La Plata o la UNLP?

Si siempre y hacen hincapié en dos cosas:

En el nivel y el prestigio de la UNLP a nivel internacional, por lo menos dentro de Latinoamérica. Mayormente recibimos colombianos, ecuatorianos, brasileños, franceses y algún israelí. En general, son de Sudamérica. Ellos consideran de excelencia el nivel de la Universidad y como otra variable, el tema económico, porque ellos hacen la relación-precio y les sigue conviniendo venir a estudiar aquí.

8. ¿Y por que La Plata?

La ciudad tiene muchas opciones, carreras de mucho prestigio y varios posgrados.

9. ¿Si ponen en una balanza la UNLP o la ciudad? ¿Primero eligen la Universidad y después ven en que ciudad está esa Universidad los estudiantes?

Sin dudas la Universidad está primera.

10. ¿Qué opina de La Plata como destino turístico? ¿Qué le falta y que tiene?

La Plata es un destino que aún está en desarrollo, que no logró posicionarse entre los destinos más importantes del país. En el imaginario de la gente por lo general no es un destino turístico convencional y hoy en día es un destino para excursionistas. Son muy pocos los que consideran quedarse en La Plata. Al tener Buenos Aires cerca, prefieren quedarse allá y venir durante el día.

Le falta muchas cosas a la ciudad, sobre todo no hay un trabajo en conjunto entre el sector público y el privado, estrategias de comercialización y productos novedosos. Si hay que destacar que en la última gestión se han hecho varias cosas: sobre todo en hotelería. Se sabe que hay exceso de demanda y ya hay proyectos para instalar hoteles de categoría, centro de convenciones que aun no hay; además, se está apostando al aeropuerto.

11. ¿Qué le cuentan los alumnos: ¿salen, viajan, se relacionan sólo con extranjeros o grupos mezclados?

En general los chicos extranjeros se juntan con extranjeros y les gusta hacer fiestas, se juntan en casas.

Si se llevan bien con los platenses y tienen compañeros de estudios pero no pasa más que de eso.

Si viajan. Les gusta viajar como "mochileros", con gasto promedio bajo. Ellos vienen muy interesados por conocer el

país. Yo lo agregaría como uno de los motivos de viaje. Les resulta relativamente económico y además les da la posibilidad de viajar por Argentina y Latinoamérica.

12. ¿Cómo se contactan con Uds? ¿Tienen página web o anuncian en algún medio?

Sí, tenemos publicaciones en páginas tradicionales relacionadas a la oferta de alojamiento y hace 3 años que participamos en ellas, por eso ya estamos destacados con una buena posición. A su vez generamos perfiles en redes sociales, tenemos una participación activa en los medios. La gente pregunta y nosotros contestamos, estamos pendientes de ellos para contestar sus inquietudes.

13. ¿Tienen alguna estrategia de captación armada, algún plan de marketing?

Nunca hicimos ningún plan de negocio o de marketing pero sí a finales del año pasado creamos una marca. Profesionales nos hicieron el logo, un nombre acorde a lo que ofrecemos. Nos llamamos Espacio Klover: cada una de las hojas del trébol representa una de las residencias que tenemos, que son 4. El color verde es por el color de la ciudad, el color que nos representa el intercambio cultural, que los chicos disfruten de los espacios verdes. A su vez tiene también una valija de fondo que se ve, que tiene que ver con el hecho de viajar, no sólo de venir a estudiar.

Hicimos convenios con Universidades de La ciudad que nos mandan gente porque quedaron conformes con el servicio.

14. ¿Cuántos chicos tienen?

25 en total, son habitaciones a compartir o individual, 90 % a compartir entre dos

15. ¿Cuánto gasta aproximadamente un alumno extranjero en alojamiento por mes?

No más de 300UD.

16. ¿Qué le representaría en su gasto total al turista?

No conocemos pero debe ser representativo en su presupuesto, es el gasto más representativo que tienen.

17. ¿Cuáles son sus perspectivas a mediano y largo plazo? ¿Piensa que es un segmento de mercado en crecimiento? ¿Por qué?

Nosotros lo que queremos es mejorar la calidad en el servicio, intentar diversificar el negocio. No quedarnos con el simple alojamiento, sino, permitir venderles otros servicios: cursos, excursiones. Vender no significa que nos llevemos el rédito económico. No pretendemos quedarnos con todo, no es la idea, sino armar una red. La idea es que el servicio siga creciendo, desde la calidad del servicio.

18. Como Licenciado en Turismo, ¿qué beneficios ve en este mercado comparado con el turismo de negocio, ocio o excursionistas?

Cada tipo de turismo es muy distinto. Los excursionistas lo único que pretenden es conocer los lugares típicos de la ciudad, no pernoctan y recorren los atractivos. En cambio los chicos que se alojan con nosotros, conocen bien las noches platenses, Meridiano V, van mucho a Buenos Aires. También sus inquietudes son otras y ellas exceden al cuadrado de La Plata.

El segmento de negocio tiene otro nivel de gasto, no visitan ningún lugar, van al hotel y a su trabajo, comen en un restaurante y nada más.

El turista académico tienen un gasto más diversificado, menor al de negocios –por día- pero deja beneficios en más rubros o sectores de la economía local.

I.6 - ENTREVISTA a Gonzalo Ithurbide, Prosecretaría de Posgrados de la UNLP

“En la Prosecretaría nos encargamos de asistir y asesorar a alumnos extranjeros de posgrado que ya fueron inscriptos y admitidos por cada unidad académica para que presenten su documentación ante Migraciones y ante cualquier inconveniente. Nosotros realizamos talleres de capacitación a cada unidad para que no tengan que recurrir a nosotros cuando ellos no pueden solucionarlo. Por ejemplo, cuestiones como: emitir certificados de alumnos regular para alguna documentación específica, cuando tienen que realizar algún trámite o caso puntual, pedido de alguna beca, etc. Ocurre sobre todo en los cursos de especialización que suelen ser de corta duración, que los alumnos al no necesitar realizar la visa temporaria, pues con su estadía de 90 días como turista les alcanza, los registros quedan en cada unidad académica. Si la unidad no nos informa sobre su llegada, nosotros perdemos esos registros. Nos enteramos de ellos cuando pasan por la oficina de Títulos

porque quieren llevarse el certificado a su país, pero no nos queda registrado sus datos demográficos, sino su nombre y número de D.N.I o pasaporte.

La oficina desde el 2005. Dependemos de Asuntos Académicos

Cada vez que recibimos a un alumno en la Secretaría, le preguntamos qué lo llevó a elegir el posgrado de la UNLP. Creemos que el aumento de las llegadas se debe, desde el 2008 a la actualidad sobre todo, por el tipo de cambio favorable. Además por el alto nivel académico y la gran diversidad en oferta de posgrados. Respecto a los alumnos provenientes de Europa y de Estados Unidos, ellos tienen carreras cortas, de no más de cuatro años. Entonces la instancia de posgrado para ellos sería como nuestro quinto o sexto año de la carrera”

I.7 - Entrevista a Juan Carlos Marino, propietario de Hostel Frankville

Veo que este mercado tiene un gran atractivo porque no tiene estacionalidad, la Universidad tiene actividades durante todo el año: seminarios, congresos, etc.

La ciudad de La Plata creció bastante en términos turísticos, se han hecho varias cosas en los últimos años, igual creo que le faltan más actividades recreativas para los turistas y un paseo de compras como los de Buenos Aires donde se pueda ir los días lluviosos por ejemplo.

Yo estimo que el turismo académico representa un 80% de la ocupación en el hostel entre febrero y marzo y junio y julio que es cuando más chicos de intercambio recibimos. Vienen unos días antes para acomodarse y buscar alojamiento.

Respecto a la apertura de 5 o más hostels desde que nosotros abrimos creo que todavía el mercado es suficientemente amplio.

Creo que los estudiantes internacionales eligen La Plata, principalmente por un tema de costos, también por los convenios que les brinda la Universidad y por la recomendación, los chicos se vuelven muy contentos con la experiencia.

La mayoría de los chicos de intercambio vienen de Brasil, Colombia y Francia, luego por posgrado vienen muchos colombianos, ecuatorianos, venezolanos y puertorriqueños.

La llegada de estos alumnos le brinda a la ciudad la posibilidad de promocionarse a nivel internacional, de crear empleo y de formar una economía regional.

A la Universidad la beneficia con todo lo que implica un intercambio académico y aumentando su prestigio.

Los estudiantes viajan mucho por el país durante su estadía, sobre todo los que vienen por seis meses o un año, que aprovechan cuando terminan las clases o algunas semanas de finales o feriados para irse a Cataratas, Mendoza, Rosario, Córdoba, Bariloche, Mar del Plata, etc.- También van mucho a Perú, Bolivia y Chile, suelen viajar entre amigos.

Los medios de comunicación más eficientes para nosotros son el boca a boca e Internet

Creo que es un mercado en crecimiento y que todavía depende mucho de la UNLP.

I.8 - Entrevista a Pier Geffroy, alumno de movilidad

1. ¿En qué año viniste a estudiar a la UNLP?

Vine a estudiar a la UNLP en agosto 2010 hasta diciembre 2011.

2. ¿Cuánto tiempo te quedaste?

Me quede 1 año porque después del intercambio hice una pasantía en la misma universidad durante 4 meses.

3. ¿Por qué convenio viniste?

Vine con un convenio entre la UNLP y el Instituto de Ciencias Políticas de Toulouse.

4. ¿Dónde te alojaste los primeros días y el resto de la estadía?

Los primeros días me alojé en el Hostel Frankville y el resto en dos departamentos distintos.

5. ¿Realizaste reservas previas?

Había reservado por una semana en este mismo hostel.

6. ¿Quedaste satisfecho con el alojamiento? ¿te costó conseguirlo? ¿Qué te pareció la relación precio-calidad en el alojamiento?

En general me quede satisfecho con el alojamiento aunque fue difícil conseguir algo de calidad a un precio aceptable. Me parece muy complicado conseguir algo barato, muchos dueños piden garantías enormes si venís del extranjero y no pensaba que tener una habitación privada iba a ser tan difícil.

7. ¿Qué te gustó más de la UNLP y de la ciudad de La Plata?

De la UNLP me gustaron algunas materias como Economía Política y Derecho Internacional. También, los alumnos me recibieron con muy buena onda en general. La ciudad de La Plata me pareció una ciudad agradable para vivir como estudiante, hay bastantes actividades tanto culturales como deportivas y para salir a la noche, los bares son copados y hay una cierta diversidad en restaurante.

8. ¿Volverías a realizar una experiencia similar aquí o a otra ciudad? ¿Por qué?

Si volvería a realizar esta experiencia, porque pasé un año increíble.

9. ¿Qué te llevó a elegir La Plata y la UNLP?

Quería ir a Argentina y mi facultad tenía un convenio con La Plata.

10. ¿Cuáles fueron las principales dificultades con las cuales te encontraste al llegar?

Encontrar un departamento y los papeles administrativos

11. ¿Viajaste? ¿Por dónde y con quién?

Viaje muchos, por todos lados: Córdoba, Rosario, Mendoza, San Juan, Salta, Jujuy, Iguazú, Puerto Madryn, Mar del Plata, Buenos Aires, Tigre, Bariloche etc.

Viaje mucho con amigos que conocí en el hostel y con mi familia cuando vino.

12. En síntesis, ¿cómo fue tu experiencia de estudio en la ciudad? Mala, buena, excelente.

Mi experiencia estuvo excelente

I.9 - Entrevista Pedro Mauregui Larranda, presidente URIU.

"Las 3 áreas que se ocupan de la internacionalización de la UNLP son:

Secretaría académica: se ocupa de aquellos alumnos extranjeros que desean realizar la carrera completa
Prosecretaría de Posgrado, de aquellos extranjeros que realizan instancias de post-grado.

URIU, donde nos ocupamos de alumnos de intercambio que vienen a realizar cortas y medianas estadías. Y también de algún caso específico de posgrado, pero muy pocos.

Creemos que el aumento de la llegada de alumnos extranjeros se debe principalmente a:

- La mayor difusión y presencia de la UNLP a nivel internacional.

- Para los estudiantes sobre todo europeos se hace cada vez más necesaria

la internacionalización de la educación. Estudiar en el exterior parte de su carrera o algunas asignaturas.

-En Latinoamérica debido a que se han fortalecido los lazos entre las Universidades y han aumentado los convenios.

Todos los años tenemos nuevas metas y proyectos. La idea es firmar cada vez más convenios, pero que no queden en una simple firma, sino usarlos y desarrollarlos.

La idea a largo plazo es seguir posicionando a la UNLP a nivel internacional, que los intercambios se hagan algo cotidiano y así poder interactuar con la mayor cantidad de Universidades en el mundo.

Los alumnos extranjeros además de llevarse todos los beneficios que conlleva un intercambio académico gozan de los mismos beneficios que un alumno regular. Tienen la posibilidad de realizar tareas de extensión y de bienestar. Para aquellos que vienen por Programas, les facilitamos la conexión con los centros regionales para solucionar el problema del alojamiento.

Creemos que les damos un valor agregado su experiencia, más allá de los estrictamente académico. Ellos vuelven a su país enriquecidos con la cultura argentina y platense

A la Universidad los intercambios también le dejan beneficios: el prestigio, el reconocimiento, la recomendación,

la difusión a nivel global y el poder seguir fortaleciendo los vínculos con otras Universidades.

La herramienta más valiosa que tenemos para medir este impacto es el incremento de la llegadas de alumnos extranjeros semestre a semestre, que demuestran el interés por venir a estudiar a La Plata. Por otro lado, las experiencias que nos cuentan aquellos que ya realizaron su intercambio, siempre son positivas y con un alto grado de satisfacción.

Las principales dificultades con las que se encuentran los alumnos son:

Idioma, la ciudad, el alojamiento, a donde recurrir cuando necesitan algo. Es por eso que procuramos orientarlos y asesorarlos.

Suelen cursar entre 3 o 4 asignaturas por semestre y $\frac{2}{3}$ de ellos viene por un semestre

Creemos que eligen la ciudad de La Plata porque es una ciudad más tranquila que Buenos Aires. Además, el reconocimiento internacional de la UNLP, el prestigio y que les ofrece las materias que ellos desean cursar. Al momento de tomar la decisión de viajar, la UNLP tiene más peso que la propia ciudad".

Anexo II: Encuesta

Trajo de Investigación para elaboración de tesis de grado.
Lic. En Turismo-Universidad Nacional de La Plata

1. Edad: (...)

2. Sexo: Masculino (...) Femenino (...)

3. Lugar de procedencia: (.....)

4. Estado civil: Soltero (...) Casado (...)
Divorciado (...) // Hijos (...)

5. Ocupación actual: Estudiante (...) Empleado (...)
Empresario (...) Profesor (...) Profesional (...)
desempleado(...)

6. Motivo de visita: El/la para qué vino a la UNLP y luego
escriba nombre de la especialización/posgrado² y la
facultad donde cursa

-Intercambio académico (...) ¿Cuál?:
-Maestría (...) ¿Cuál?:
-Posgrado (...) ¿Cuál?:
-Seminario: (...) ¿Cuál?:

7. ¿Vino a la UNLP por medio de algún convenio o
beca? NO (...) SI (...) // ¿Cuál?: (.....)

8. ¿Qué fue lo que lo motivó a hacer este viaje? *(Marque
con una cruz, puede elegir una o más opciones)*

- Salir de mi país (...)
- Hacer una experiencia de vida en el exterior (...)
- Conocer gente nueva (...)
- Aprender español (...)
- Estudiar en otra Universidad (...)
- Que me de experiencia para mi **Currículum** (...)
- Vivir en Argentina (...)
- Hacer el posgrado/maestría que quería (...)
- El prestigio de la UNLP (...)
- Obtuve una beca (...)
- El tipo de cambio favorable (...)
- Me recomendaron hacer una experiencia como esta (...)
- OTRO motivo: (.....)

9. ¿Por qué eligió La Plata como destino? *(Marque con
una cruz, puede elegir una o más opciones)*

- Quería conocer Argentina (...)
- Porque quería estudiar en la UNLP (...)
- Porque allí se dicta el posgrado/maestría que quería (...)
- Porque mi Universidad sólo tenía convenio con la UNLP
dentro Argentina (...)
- Porque me reconocen muchas materias en la UNLP (...)
- Por recomendación de alguien que ya estuvo (...)
- Me resultó atractiva La Plata como destino (...)
- Tiene mucha actividad cultural (...)
- Porque es una ciudad universitaria (...)
- Porque venían también otros amigos (...)
- Tengo amigos o familiares en La Plata (...)
- Es una ciudad tranquila y queda cerca de **Bs.As.** (...)
- No tenía más opciones (...)
- Porque no me gusta Buenos Aires (...)
- OTRO motivo: (.....)

10. ¿Es la primera vez que viene a Argentina? SI NO ()

11. ¿Han venido o vienen amigos o familiares a visitarlo durante
su estadía? NO (...) SI (...) // ¿ Quién? (mis padres con mi
hermano al principio y mi novio al final.....)

12. ¿Le gustó La Plata? *Califique del 1 al 10 cuánto le gustó
la ciudad, siendo 1 el puntaje más bajo y 10 el más alto.
Marque con una X*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Me gustó muy poco Me gustó mucho

13. ¿Recomendaría La Plata a sus familiares y amigos?
*Marque con una X en qué grado la recomendaría, siendo 1
que NO la recomendaría nada y 10 que la recomendaría
mucho.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

La recomendaría muy poco La recomendaría mucho

14. ¿Por qué recomendaría la ciudad? (.....)

15. ¿Le gustó estudiar en la UNLP? Califique del 1 al 10 cuánto le gustó la UNLP, siendo 1 el puntaje más bajo y 10 el más alto.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Mé gustó muy poco Me gustó mucho

16. ¿Recomendará estudiar en la UNLP a sus familiares y amigos? Marque con una X en qué grado ~~recomendará~~, siendo 1 que NO la recomendará nada y 10 que la recomendará mucho

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

La recomendará poco La recomendará mucho

17. ¿Por qué recomendará estudiar en la UNLP? (.....)

18. ¿Durante qué período permanecerá o permanecerá en Argentina? (.....)

19. ¿Durante su estadía volvió o va a volver de visita a su país? ~~SI~~(...) NO(...)

19.1 ¿Por qué volvió o va a volver?: (.....)

20. ¿Cuántos encuentros anuales tiene y en qué meses del año? (.....)

21. ¿De cuántos días cada encuentro? (.....)

22. ¿Dónde se alojó la mayor parte de su estadía? Marque sólo una opción

- Hotel (...) ~~¿?~~
- ~~Hospedaje~~(...) ~~¿?~~
- Residencia Universitaria (...) ~~¿?~~
- Departamento de alquiler temporal: (X) ~~¿?~~
- Alquilamos una casa entre varios amigos (...) ~~¿?~~
- Casa de un amigo o familiar (...) ~~¿?~~

23. ¿Cómo buscó el alojamiento? Marque sólo una opción

- Google (...)
- Foros de viajeros (...) ~~¿?~~
- Web UNLP (...) ~~¿?~~
- Blogs (...) ~~¿?~~
- Me lo ~~recomendaron~~(...)
- Un amigo se ~~apoyó~~(...)
- No ~~busqué~~(...)

24. ¿Por qué decidió ese tipo de alojamiento? Ordene las opciones en orden de importancia del 1 al 7, siendo 1 la más importante.

- Precio (...)
- Calidad (...)
- Ubicación (...)
- Servicios ~~ofrecidos~~(...)
- Para estar con mis amigos (...)
- No tengo garantía para alquilar un departamento (...)
- No tenía otra opción (...)

25. ¿Cómo lo contrató? (.....)

26. ¿Con cuánto tiempo de anticipación reservó? (...)

27. ¿Utilizó el mismo alojamiento durante toda su estadía? SI (...) NO (...)

28. Si su respuesta es NO, ¿Qué tipo de alojamiento utilizó para los primeros días?

- Hotel (...) ~~Hospedaje~~(...)
- Casa de un amigo o familiar (...)
- Residencia Universitaria (...)
- Departamento de alquiler temporal(...)

29. ¿Qué opina del la oferta de alojamiento en la ciudad? Responda las siguientes preguntas:

- ¿Cumplió con sus expectativas? SI (...) NO (...)
- ¿Fue difícil conseguir alojamiento? SI (...) NO (...)
- ¿El precio le resultó... ~~buena~~...

Califique del 1 al 10, siendo 1 que le gustó muy poco y 10 muy bueno

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Muy caro Muy barato

- La relación precio-calidad fue. Califique del 1 al 10, siendo 1 que le pareció injusta y 10 muy justa

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Injusta Muy Justa

- El servicio fue. Califique del 1 al 10, siendo 1 que le pareció muy malo y 10 excelente

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Muy malo Excelente

30. ¿En qué medida se considera una persona ...?

~~SI~~ Faltó ¿En qué medida se considera una persona faltó? En nada, poca medida, alguna medida o en total medida? Marque con una X

Medidas ...	Nada	Poca medida	Alguna medida	Total medida
Faltó				
Estudiar				
Comer				
Mirar foto				
Leírse				
Comprar				
Preparar				
Preferir				

31. ¿Cuál fue el gasto aproximado MENSUAL en alojamiento en pesos argentinos? (.....)

32. ¿Cuál fue el gasto aproximado MENSUAL en comida y entretenimiento en pesos? (.....)

33. ¿Cuál fue aproximadamente el gasto TOTAL de pago de aranceles y cuotas en pesos? (.....)

34. ¿Realizó uno o más viajes durante su estadía en ARGENTINA? SI (...) NO (...)

35. ¿Dónde y con quién? (.....)

36. ¿Cuál fue el gasto TOTAL de su viaje en viajes en pesos argentinos?

Anexo III: Ley Nacional de Migraciones 25.871 y Decreto

616/2010

TITULO II: DE LA ADMISIÓN DE EXTRANJEROS A LA REPÚBLICA ARGENTINA Y SUS EXCEPCIONES

CAPITULO I: DE LAS CATEGORÍAS Y PLAZOS DE ADMISION

ARTICULO 23. - Se considerarán "residentes temporarios" todos aquellos extranjeros que, bajo las condiciones que establezca la reglamentación, ingresen al país en las siguientes subcategorías:

- a) Trabajador migrante: quien ingrese al país para dedicarse al ejercicio de alguna actividad lícita, remunerada, con autorización para permanecer en el país por un máximo de tres (3) años, prorrogables, con entradas y salidas múltiples, con permiso para trabajar bajo relación de dependencia;
- b) Rentista: quien solvente su estadía en el país con recursos propios traídos desde el exterior, de las rentas que éstos produzcan o de cualquier otro ingreso lícito proveniente de fuentes externas. Podrá concederse un término de residencia de hasta tres (3) años, prorrogables, con entradas y salidas múltiples;
- c) Pensionado: quien perciba de un gobierno o de organismos internacionales o de empresas particulares por servicios prestados en el exterior, una pensión cuyo monto le permita un ingreso pecuniario regular y permanente en el país. Podrá concederse un término de residencia de hasta tres (3) años, prorrogables, con entradas y salidas múltiples;
- d) Inversionista: quien aporte sus propios bienes para realizar actividades de interés para el país. Podrá concederse un término de residencia de hasta tres (3) años, prorrogables, con entradas y salidas múltiples;

e) Científicos y personal especializado: quienes se dediquen a actividades científicas, de investigación, técnicas, o de asesoría, contratados por entidades públicas o privadas para efectuar trabajos de su especialidad. De igual forma, directivos, técnicos y personal administrativo de entidades públicas o privadas extranjeras de carácter comercial o industrial, trasladados desde el exterior para cubrir cargos específicos en sus empresas y que devenguen honorarios o salarios en la República Argentina. Podrá concederse un término de residencia de hasta tres (3) años, prorrogables, con entradas y salidas múltiples;

f) Deportistas y artistas: contratados en razón de su especialidad por personas físicas o jurídicas que desarrollan actividades en el país. Podrá concederse un término de residencia de hasta tres (3) años, prorrogables, con entradas y salidas múltiples;

g) Religiosos de cultos reconocidos oficialmente, con personería jurídica expedida por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, que ingresen al país para desarrollar en forma exclusiva actividades propias de su culto. Podrá concederse un término de residencia de hasta tres (3) años, prorrogables, con entradas y salidas múltiples;

h) Pacientes bajo tratamientos médicos: para atender problemas de salud en establecimientos sanitarios públicos o privados, con autorización para permanecer en el país por un año, prorrogable, con entradas y salidas múltiples. En caso de personas menores de edad, discapacitados o enfermos que por la importancia de su patología debieran permanecer con acompañantes, esta autorización se hará extensiva a los familiares directos, representante legal o curador;

i) **Académicos:** para quienes ingresen al país en virtud de acuerdos académicos celebrados entre instituciones de educación superior en áreas especializadas, bajo la responsabilidad del centro superior contratante. Su vigencia será por el término de hasta un (1) año, prorrogable por idéntico período cada uno, con autorización de entradas y salidas múltiples;

j) **Estudiantes:** quienes ingresen al país para cursar estudios secundarios, terciarios, universitarios o especializados reconocidos, como alumnos regulares en establecimientos educativos públicos o privados reconocidos oficialmente, con autorización para permanecer en el país por dos (2) años, prorrogables, con entradas y salidas múltiples.

El interesado deberá demostrar la inscripción en la institución educativa en la que cursará sus estudios y, para las sucesivas renovaciones, certificación de su condición de estudiante regular;

k) **Asilados y refugiados:** Aquellos que fueren reconocidos como refugiados o asilados se les concederá autorización para residir en el país por el término de dos (2) años, prorrogables cuantas veces la autoridad de aplicación en materia de asilo y refugio lo estime necesario, atendiendo a las circunstancias que determine la legislación vigente en la materia;

l) **Nacionalidad:** Ciudadanos nativos de Estados Parte del MERCOSUR, Chile y Bolivia, con autorización para permanecer en el país por dos (2) años, prorrogables con entradas y salidas múltiples;

m) **Razones Humanitarias:** Extranjeros que invoquen razones humanitarias que justifiquen a juicio de la Dirección Nacional de Migraciones un tratamiento especial;

n) **Especiales:** Quienes ingresen al país por razones no contempladas en los incisos anteriores y que sean consideradas de interés por el Ministerio del Interior y el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto.

ARTICULO 24. - Los extranjeros que ingresen al país como "residentes transitorios" podrán ser admitidos en algunas de las siguientes subcategorías:

a) **Turistas;**

b) Pasajeros en tránsito;

c) Tránsito vecinal fronterizo;

d) Tripulantes del transporte internacional;

e) Trabajadores migrantes estacionales;

f) Académicos;

g) Tratamiento Médico;

h) **Especiales:** Extranjeros que invoquen razones que justifiquen a juicio de la Dirección Nacional de Migraciones un tratamiento especial.

TITULO IV: DE LA PERMANENCIA DE LOS EXTRANJEROS

CAPITULO I: DEL TRABAJO Y ALOJAMIENTO DE LOS EXTRANJEROS

ARTICULO 52. - Los extranjeros admitidos o autorizados como "residentes transitorios" no podrán realizar tareas remuneradas o lucrativas, ya sea por cuenta propia o en relación de dependencia, con excepción de los incluidos en la subcategoría de "trabajadores migrantes estacionales", o salvo que fueran expresamente autorizados por la Dirección Nacional de Migraciones de conformidad con lo dispuesto por la presente ley o en Convenios de Migraciones suscriptos por la República Argentina. Los extranjeros a los que se le hubiera autorizado una residencia precaria podrán ser habilitados para trabajar por el plazo y con las modalidades que establezca la Dirección Nacional de Migraciones.

Disposición - 20699-2006

23/05/2006

TITULO II: DE LAS PERSONAS EXTRANJERAS NATIVAS DE PAISES MIEMBROS DEL MERCADO COMUN DEL SUR (MERCOSUR) Y SUS ESTADOS ASOCIADOS.

Art. 4º: El beneficio migratorio a otorgar será una **residencia temporaria** por DOS (2) años, conforme lo normado por el artículo 23 inciso I) de la Ley Nº 25.871 y con los alcances establecidos en la Disposición DNM Nº 53.253 de fecha 13 de diciembre de 2005.

TITULO VI: DEL INTERCAMBIO ESTUDIANTIL.

Capítulo I: Alcance.

Art. 41: Se considerará miembro de un programa de intercambio estudiantil, a toda persona extranjera nativa de un país EXTRAMERCOSUR que solicite residencia en virtud de un convenio o acuerdo internacional de intercambio estudiantil, celebrado entre la institución educativa de nivel secundario, terciario, universitario o de postgrado a la cual asiste en el exterior y una institución educativa de nivel secundario, terciario, universitario o de postgrado oficialmente reconocida en la REPUBLICA ARGENTINA

TITULO VIII: DE LOS ESTUDIOS PARCIALES.

Capítulo I: Alcance.

Art. 63. Quedan alcanzados por el presente Título, aquellas personas extranjeras nativas de un país EXTRAMERCOSUR que estén inscriptas o sean requeridas para ingresar al Territorio Nacional por una institución educativa reconocida oficialmente, a fin de cursar una o varias materias de una carrera formal sin intención de finalizar la misma, o asistir en forma parcial a un curso no formal por ella dictado.

TITULO X: DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS.

Art. 70: personas extranjeras nativas de países MERCOSUR o EXTRAMERCOSUR que ingresen al país como turistas podrán cursar estudios formales o asistir a cursos no formales sin necesidad de cambiar su situación migratoria, siempre que tales actividades tengan una duración menor o igual al plazo de residencia otorgado al momento de su ingreso.

Anexo IV: FODA – Plan Estratégico 2010 – 2014

Análisis FODA:

Fortalezas y debilidades propias y actuales
Oportunidades y amenazas que genera el contexto en el futuro
escenario

Fortalezas

- Compromiso Institucional y respaldo estatutario adquirido por consenso de toda la comunidad de la UNLP en la promoción de la Cooperación Internacional, la Vinculación Institucional y la Transferencia de Conocimientos.
- La declarada decisión de las Autoridades de la UNLP de seguir avanzando en la eficiencia de la gestión, la transparencia del manejo de los recursos y la de desarrollar manuales de procedimientos que tiendan a normalizar (estandarizar) las actividades de Cooperación, Vinculación y Transferencia.
- Capacidad y experiencia en el ejercicio de la relación con el Estado, con las Empresas y con la ONGs.
- Tradición en integración internacional que forma parte de la identidad histórica de la UNLP.
- Experiencia en la promoción de actividades para emprendedores en la etapa de preincubación de empresas.
- Pleno ejercicio en la asistencia técnica a Municipios para el desarrollo de planes estratégicos, con una vasta cartera de actividades que pueden responder a demandas particulares.
- Capacidad para la articulación de transferencias, con la correspondiente protección de conocimientos, acuerdos de transferencia de tecnología y búsqueda de información tecnológica, definiendo políticas y normativa adecuada para la protección del conocimiento.
- Destacado referente en propiedad intelectual en el ámbito nacional y latinoamericano, y como medio de consulta permanente en la temática de su competencia dentro de la comunidad universitaria.
- Afianzada vinculación con otros participantes del sistema científico y tecnológico, incluyendo la pertenencia a redes nacionales e internacionales.
- Equipo interdisciplinario abocado a estos fines con alto nivel de profesionalización, especialización y trayectoria.

Oportunidades:

- Reconocimiento del prestigio y excelencia de la Universidad de La Plata tanto a nivel nacional como internacional, abriendo aún más el árbol de alternativas de expansión en conjunto con los programas de Cooperación Internacional, las vinculaciones con terceros y las

demandas de transferencia de conocimientos.

- Los investigadores y docentes gozan de enorme prestigio, se destacan en casi todas las ramas de las artes y las ciencias, y producen obras y conocimientos de gran calidad y reconocimiento, permitiendo un gran espectro en las potenciales aplicaciones.
- Jerarquización de las actividades de vinculación y transferencia en el Estatuto vigente.
- Ciclo virtuoso para la transferencia, realimentado con la expansión de las actividades de Extensión (por ejemplo constitución del Consejo Social e inicio de sus actividades) y la apertura de las actividades de Ciencia y Técnica.
- Posicionamiento de la Universidad en esta gestión de desarrollar conocimientos para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos (liderazgo de la UNLP en desarrollo de conocimiento con compromiso social)
- Instituciones y Organismos Públicos (municipios, estado provincial y nacional) que buscan alianzas estratégicas con la Universidad.
- La sociedad está generando nuevos debates alrededor de la temática de Propiedad Intelectual (repositorios digitales de acceso abierto, PI en museos, creative commons, entre otros).
- Mayor conciencia del sector productivo sobre la importancia de la innovación y el rol de la Universidad en lo que a ello respecta y la necesidad que tiene de proteger sus productos.
- Creciente interés en el ámbito investigador en cuestiones referidas a la protección del conocimiento.
- Creciente interés de los grupos tradicionalmente de investigación básica y aplicada de participar en Proyectos de transferencia con compromiso social.
- Los programas Nacionales e Internacionales para las Universidades que permiten la presentación de Proyectos en áreas prioritarias o declaradas de interés para la comunidad participante.
- El soporte que brinda la organización en las áreas de comunicación e informática, contando con las tecnologías adecuadas para instrumentar la gestión de las actividades de Cooperación, Vinculación y Transferencia.

Debilidades:

- Falta de manuales de procedimientos que permitan la institucionalización de la gestión, generando normas para las actividades que ya se están desarrollando actualmente y que permitan el registro de las mismas para su posterior análisis.

- Dificultades para el usuario externo de acceder a la gran cantidad de posibilidades de vinculación que puede brindar la UNLP.

- Desarticulación entre las facultades y la presidencia, para aprovechar las vinculaciones y los convenios firmados por las facultades con universidades extranjeras.

- Falta de conocimiento por parte de la comunidad universitaria de las oportunidades de vinculación (nacional e internacional).

- Deficiente valoración de las actividades de transferencia en algunas unidades académicas.

- Pérdida de oportunidades de negocios por las dificultades de acceso al financiamiento para continuar con el proceso emprendedor (incubación).

- Escasa transferencia efectiva de los resultados protegidos al sector socio productivo.

- Limitaciones de los circuitos de información hacia el interior de la UNLP dificulta la gestión de acciones de cooperación en algunos campos académicos.

Amenazas:

- Atomización y falta de coordinación de la oferta, si son las Unidades académicas las que realizan directamente las actividades de transferencia - Burocratización de la oferta, si

los pasos para llegar al experto se hacen muy largos - Proliferación de estructuras más ágiles (Universidades más pequeñas y en formación) con modelos más "agresivos" de políticas de vinculación versus la dificultad de llegar sistemáticamente (por el tamaño y complejidad de la UNLP como organización) .

- Pérdida de profesionales idóneos para la implementación de los Proyectos.

- Ineficientes políticas de promoción de actividades de emprendedorismo.

- Las presiones para la publicación de resultados de investigación conspiran contra la posibilidad de realizar la protección del conocimiento, por la necesidad de realizar trámites engorrosos que precisan de tiempo y dinero.

- La falta de sistematización en la difusión de información genera la apariencia de complejidad e inaccesibilidad a los programas, becas y subsidios.

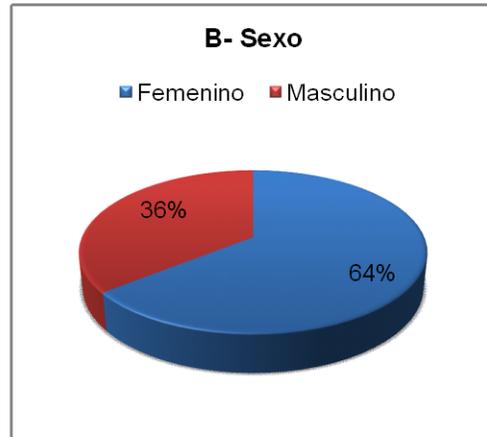
- La burocratización en la tramitación gubernamental derivan, en algunos casos, en la no implementación de los Proyectos.

- A nivel local, la proximidad de un proceso eleccionario en el 2011 puede motivar el incentivo de vínculos propuestos desde el estado nacional, provincial o municipal que ven a la UNLP como una referencia objetiva y de respuesta capacitada, pero que a la vez ésta no puede ser transferida en los tiempos políticos que se imponen.

Anexo V

Gráficos y cuadros – Estudiantes de grado

A- Edad	Frecuencia	Participación (%) sobre el total
20	4	5,7
21	5	7,1
22	7	10,0
23	16	22,9
24	15	21,4
25	11	15,7
26	2	2,9
27	4	5,7
28	3	4,3
29	2	2,9
31	1	1,4
Total	70	100,0

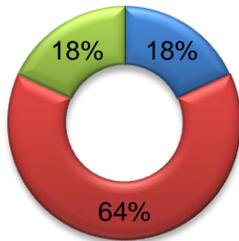


C- Motivo de recomendación de La Plata Estudiantes muy satisfechos con la ciudad

Motivo de recomendación	Participación (%) sobre el total
Es una ciudad tranquila	32%
Es una ciudad cultural	14%
Es una ciudad bella	8%
Está cerca de Buenos Aires	0%
Por su arquitectura	2%
Tiene mucho potencial turístico	0%
Es una ciudad pequeña	4%
La gente es muy agradable	18%
Es una ciudad linda para vivir	10%
Ciudad Universitaria	8%
Mucha gente joven	2%
Es fácil ubicarte	2%
Total	100%

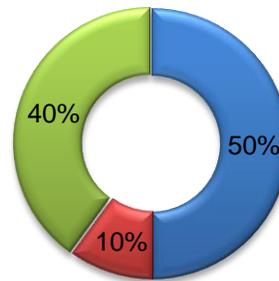
D- Nivel de recomendación de La Plata
Estudiantes satisfechos con la ciudad

- La recomendaría muy poco
- La recomendaría
- La recomendaría mucho



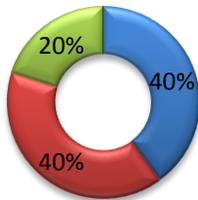
E- Nivel de satisfacción UNLP
Estudiantes satisfechos con la ciudad

- Me gustó poco
- Me gustó
- Me gustó mucho



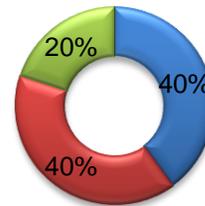
F- Nivel de recomendación de La Plata
Estudiantes pocos satisfechos con la ciudad

- La recomendaría muy poco
- La recomendaría
- La recomendaría mucho



G- Nivel de satisfacción UNLP
Estudiantes poco satisfechos con la ciudad

- Me gustó poco
- Me gustó
- Me gustó mucho



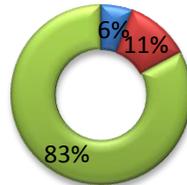
H- Nivel de satisfacción de La Plata Estudiantes muy satisfechos con la UNLP

■ Me gustó poco ■ Me gustó ■ Me gustó mucho



I- Nivel de recomendación de La Plata Estudiantes muy satisfechos con la UNLP

■ La recomendaría muy poco ■ La recomendaría mucho
■ La recomendaría



J- Nivel de satisfacción La Plata Estudiantes satisfechos con la UNLP

■ Me gustó poco ■ Me gustó ■ Me gustó mucho



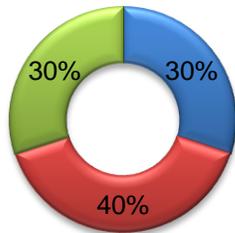
K- Nivel de recomendación La Plata Estudiantes satisfechos con la UNLP

■ Me gustó poco ■ Me gustó ■ Me gustó mucho



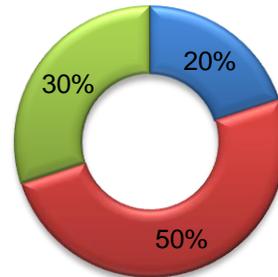
M-Nivel de recomendación La Plata
Estudiantes poco satisfechos con la UNLP

- La recomendaría muy poco
- La recomendaría
- La recomendaría mucho



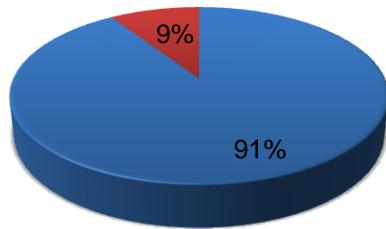
L- Nivel de satisfacción de La Plata
Estudiantes poco satisfechos con la UNLP

- Me gustó poco
- Me gustó
- Me gustó mucho



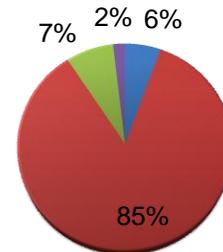
N- ¿Realizó uno o más viajes?

- Si
- No

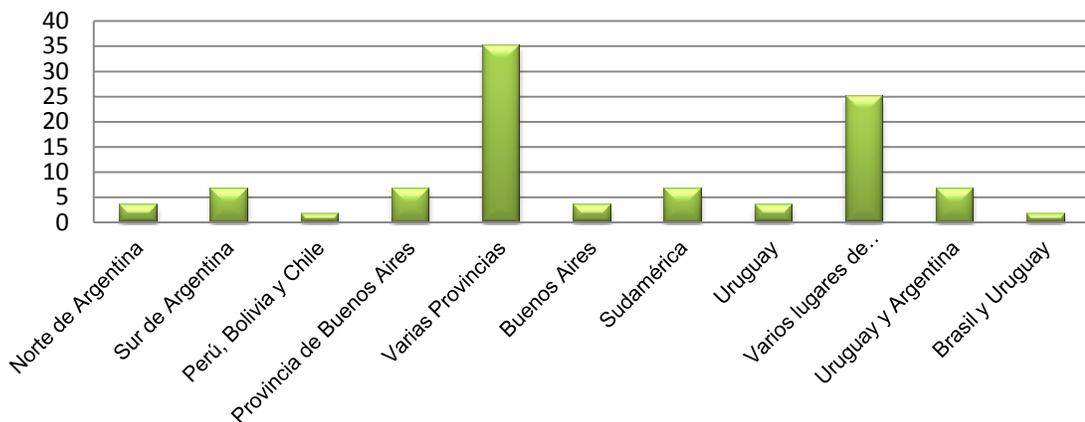


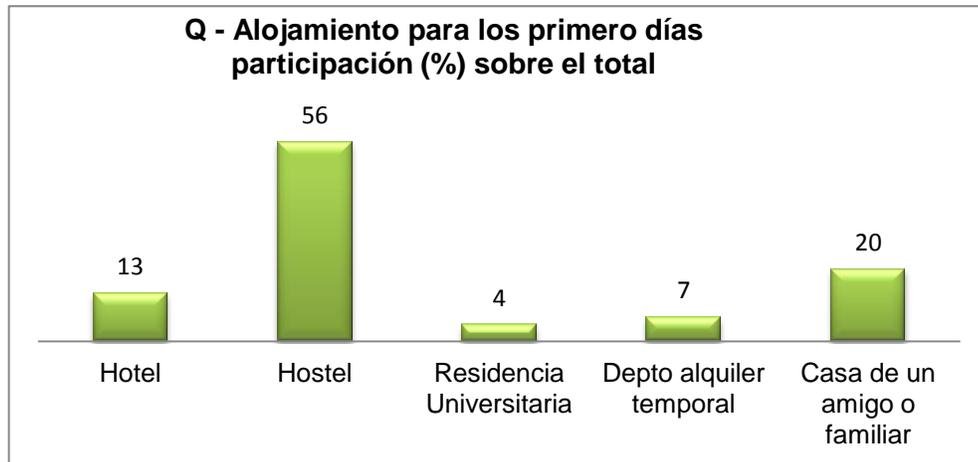
P- ¿Con quién viajó?

- SOLO
- CON FAMILIARES
- CON AMIGOS
- CON LA UNIVERSIDAD



O- Destinos participación (%) sobre el total



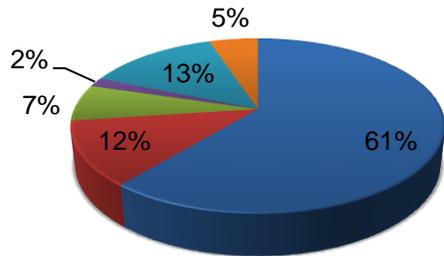


R- Variables a tener en cuenta para contratar alojamiento

Variable	Ponderación	Puest o
Precio	74	1º
Calidad	34	
Ubicación	51	2ª
Servicios Ofrecidos	19	
Para estar con mis amigos	51	3ª
No tengo garantía	21	
No tengo otra opción	44	

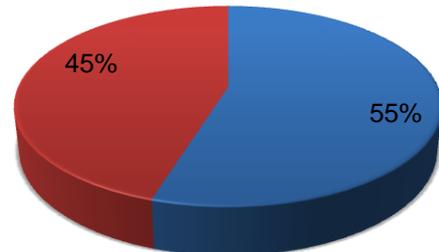
S- Anticipación reserva alojamiento

- Sin reserva
- Una semana
- Dos semanas
- Tres semanas
- Cuatro semanas
- Más de cuatro semanas



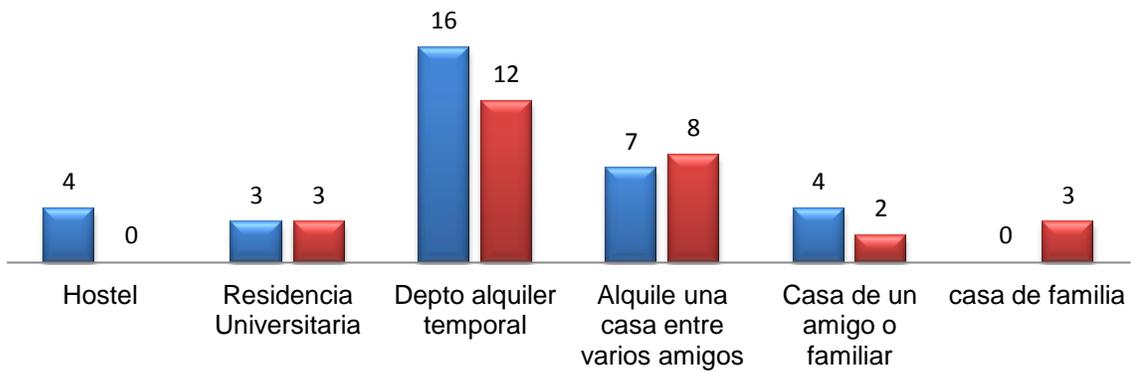
T- Fue difícil conseguir el alojamiento

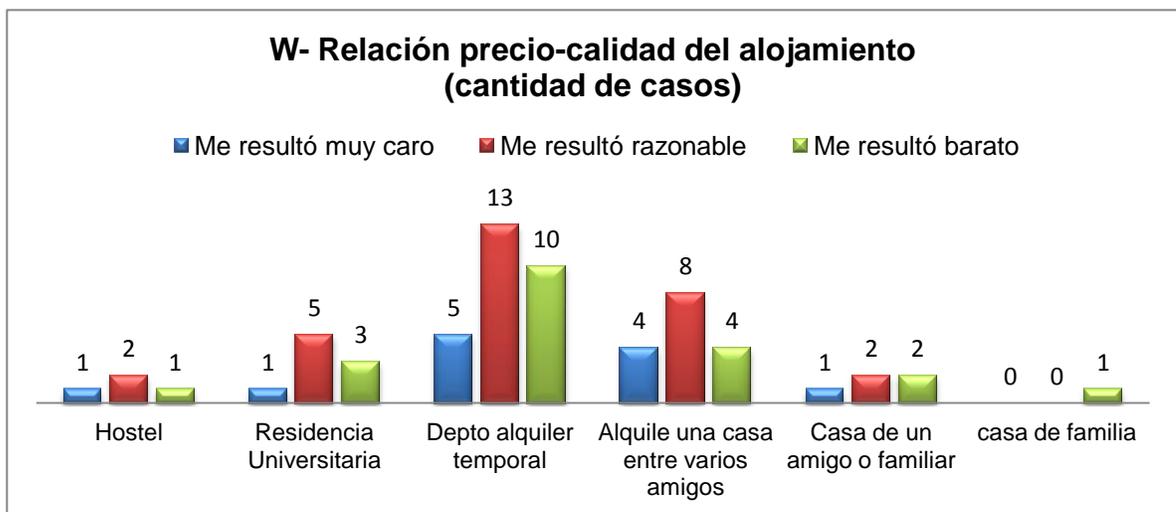
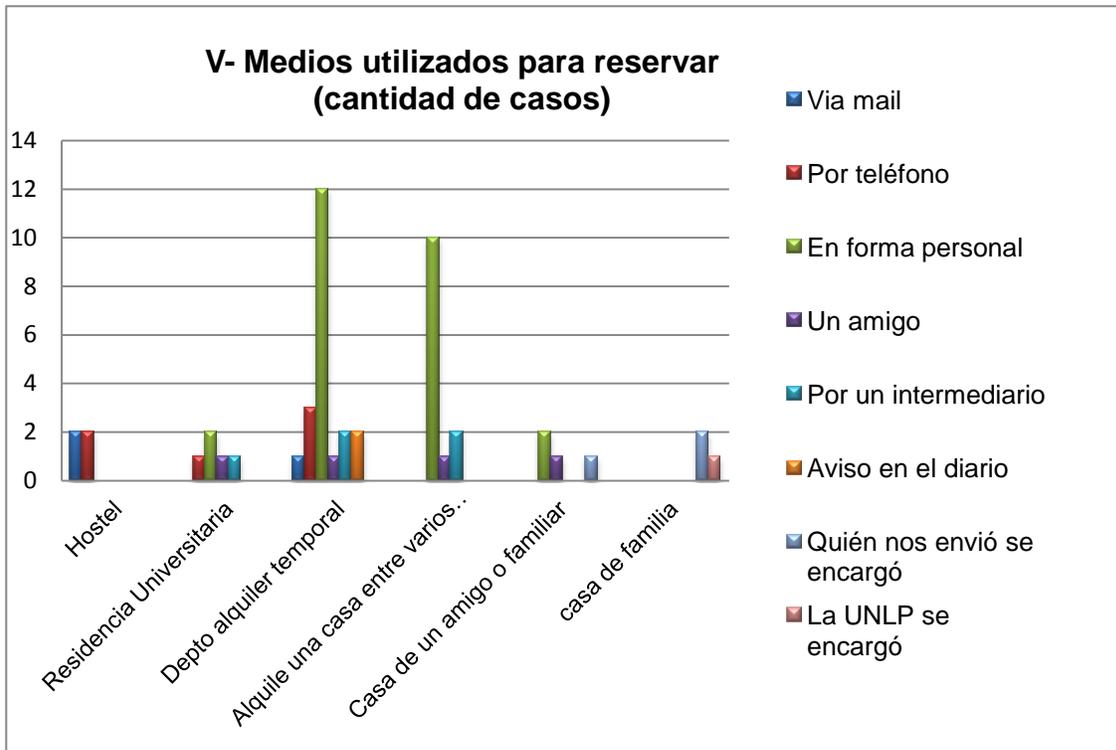
- Si
- No



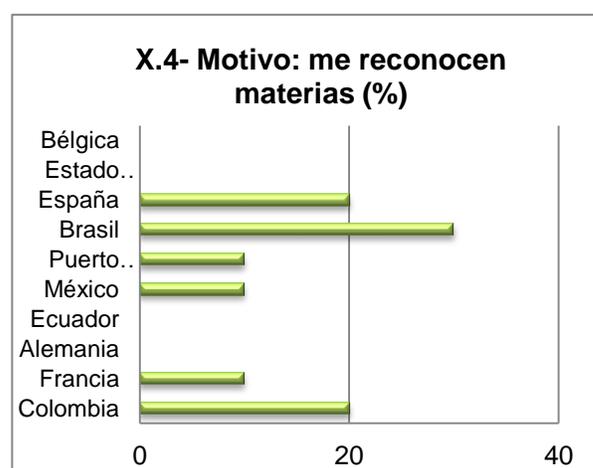
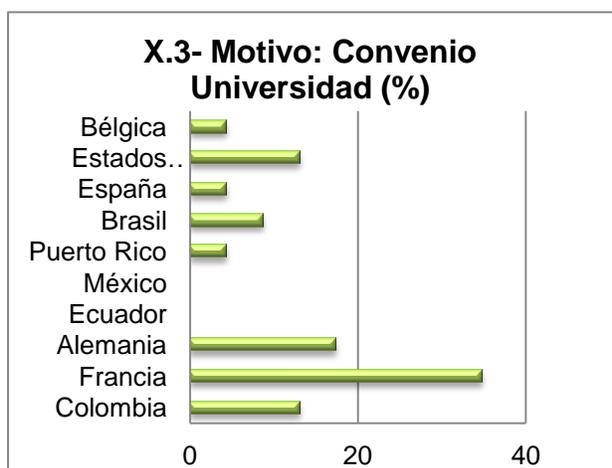
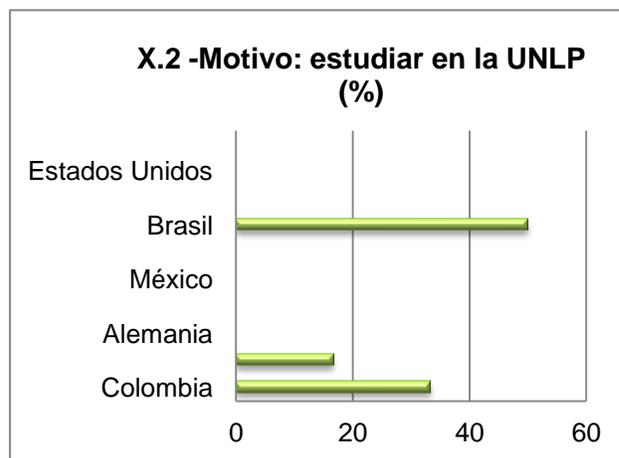
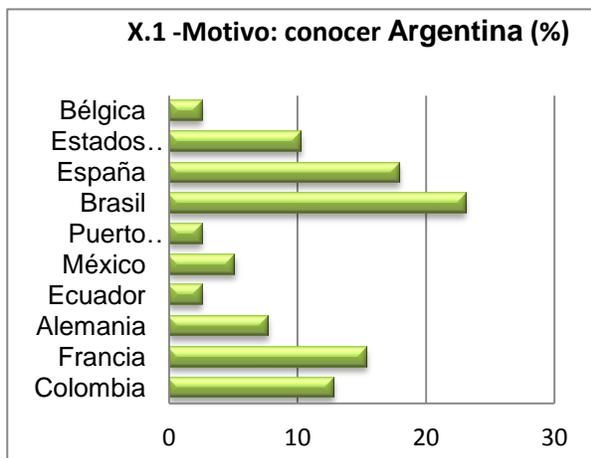
U- ¿Fue difícil conseguir el alojamiento? (cantidad de casos)

- SI
- NO

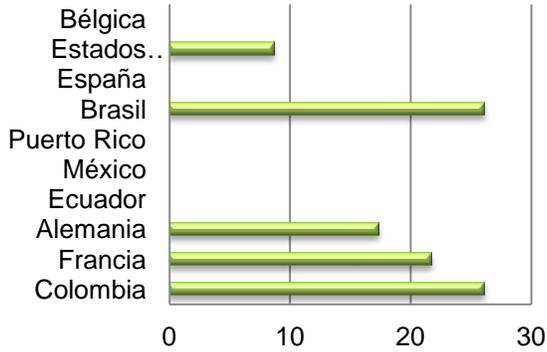




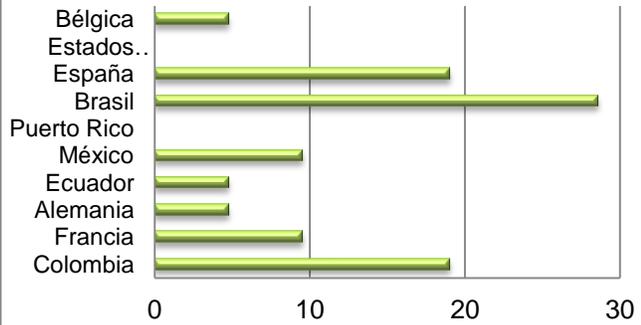
X-Elección de La Plata como destino de estudio. Análisis de cada motivo en particular.



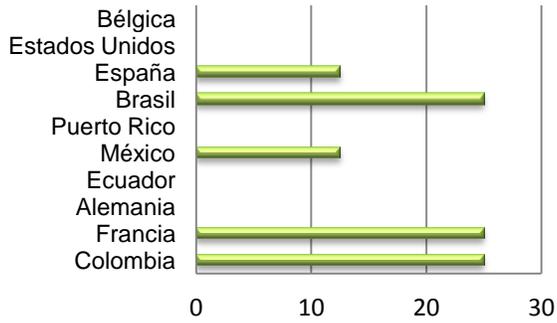
X.5 - Motivo: recomendación (%)



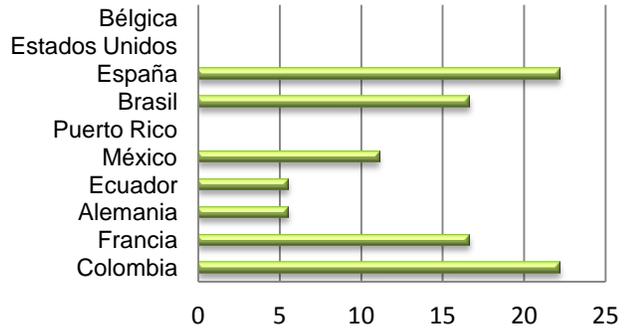
X.6 - motivo: atractiva como destino (%)



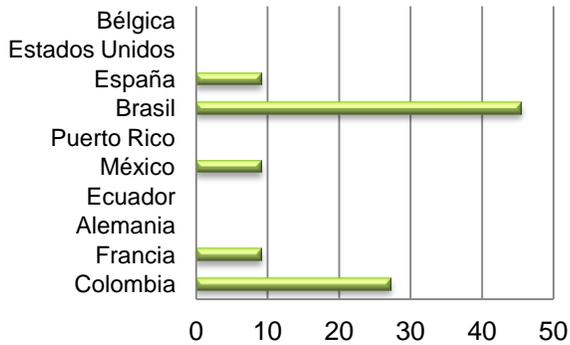
X.7- Motivo: tiene mucha actividad cultural (%)



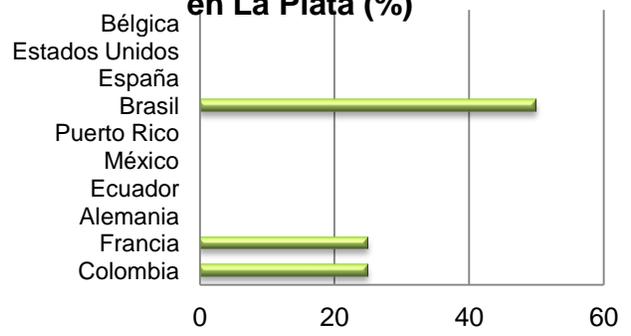
X.8- Motivo: es una ciudad universitaria (%)

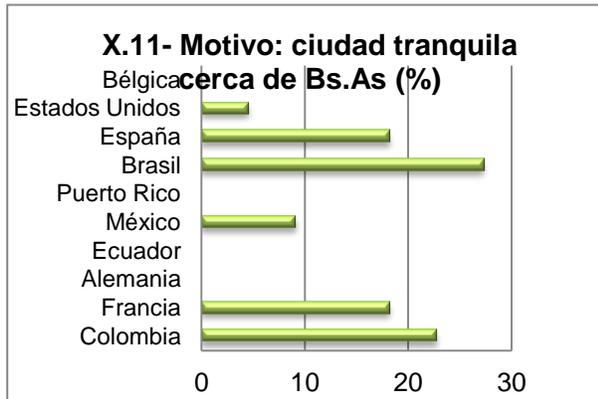


X.9- motivo: venían amigos (%)

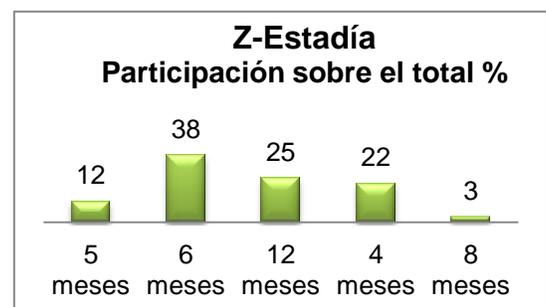
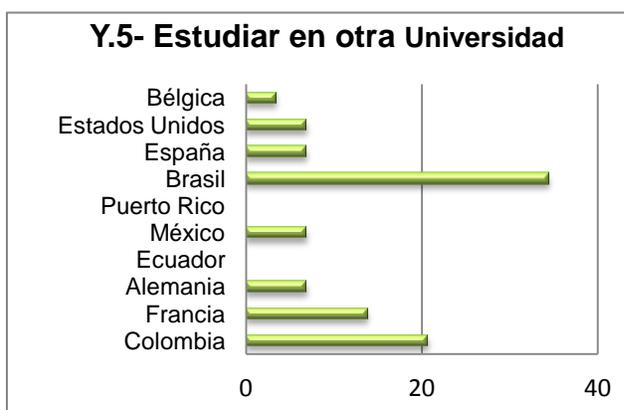
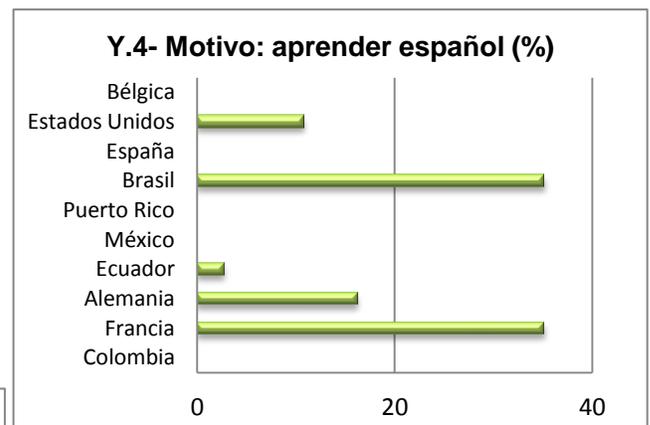
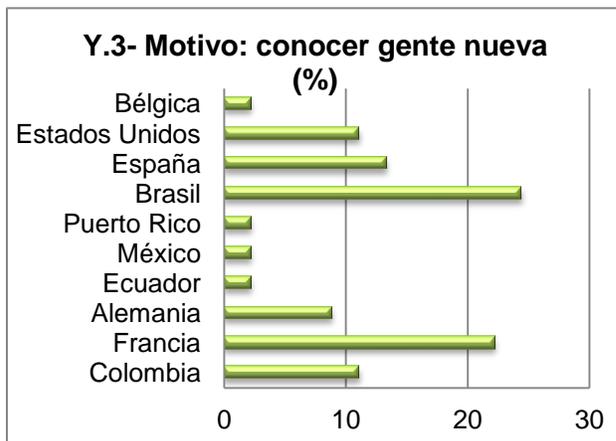
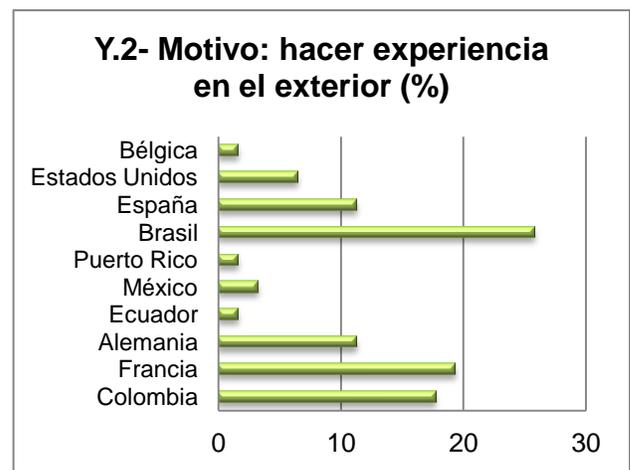
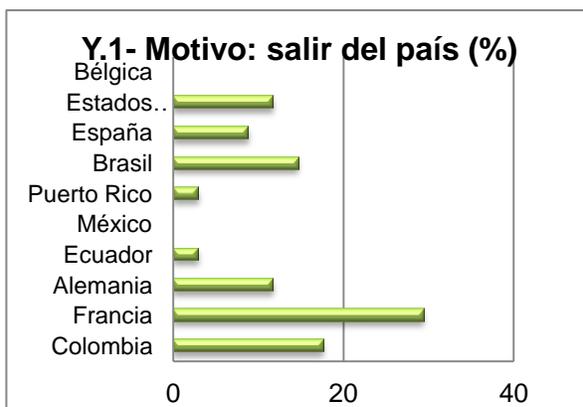


X.10 - Motivo: amigos o familiares en La Plata (%)

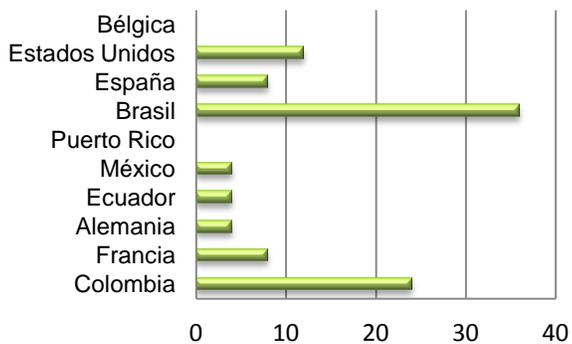




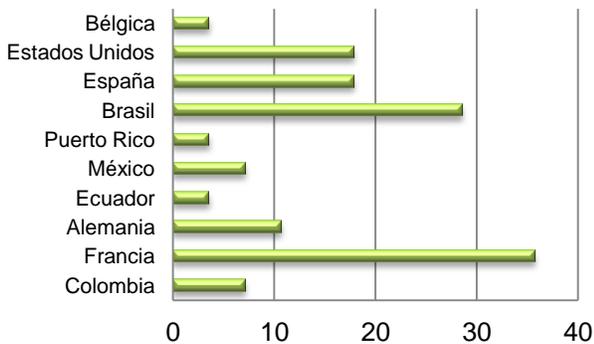
Y-Elección de La Plata como destino. Análisis de cada motivo en particular.



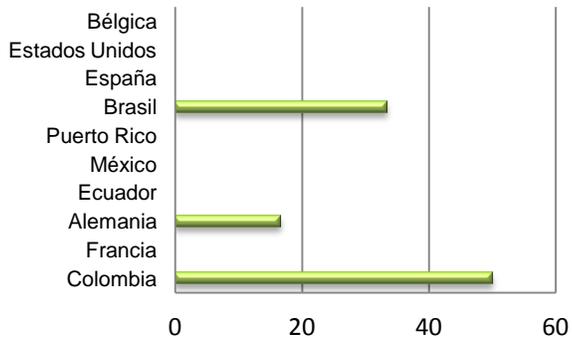
Y.6- Motivo: aumentar experiencia para C.V



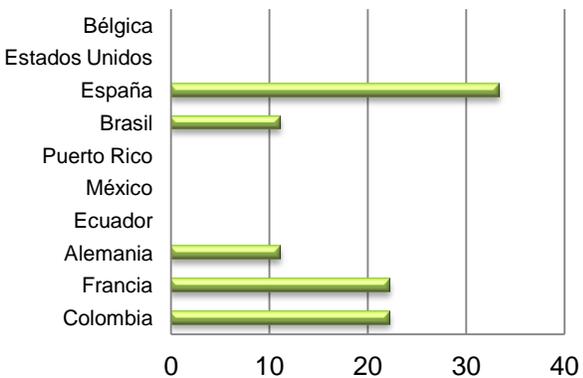
Y.7- Motivo: vivir en Argentina (%)



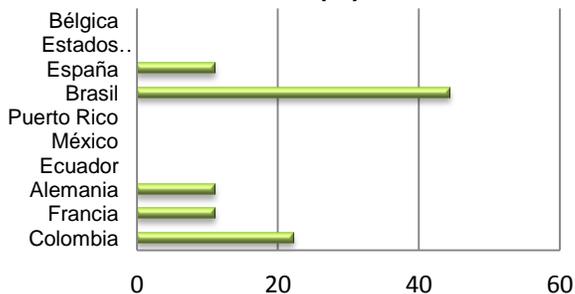
Y.8- Motivo: el prestigio de la UNLP (%)



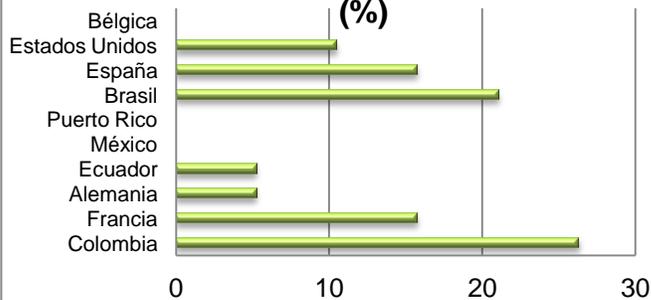
Y.9- Motivo: obtuve una beca



Y.10- Motivo: el tipo de cambio favorable (%)

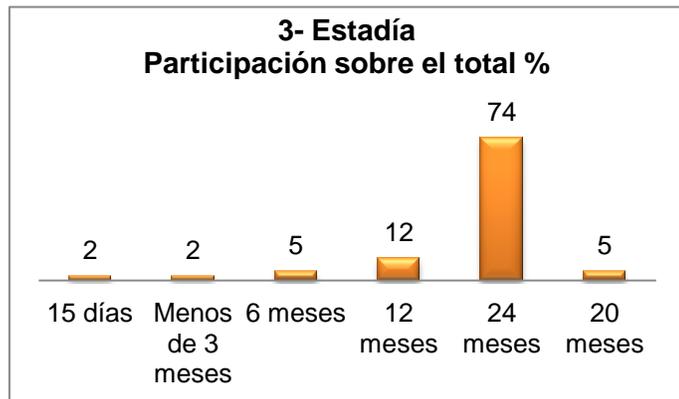
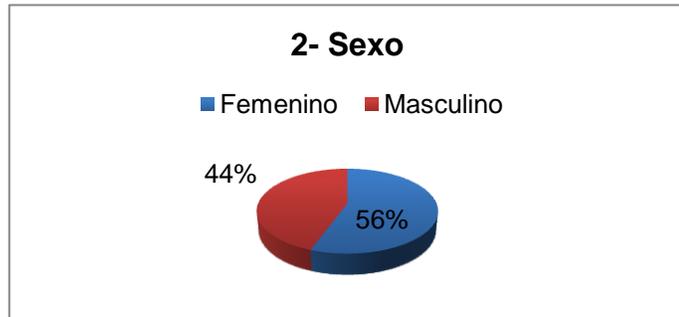


Y.11- Motivo: me recomendaron hacer una experiencia como esta (%)



Anexo VI- 1 Posgrado

1- Edad	Participación sobre el total %
21	2,2
22	6,7
23	15,6
24	8,9
25	17,8
26	4,4
27	4,4
28	8,9
29	2,2
30	8,9
31	2,2
32	6,7
33	4,4
36	2,2
42	2,2
55	2,2
	100,0

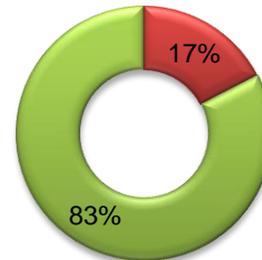


5- Motivo de regreso
Participación sobre el total %



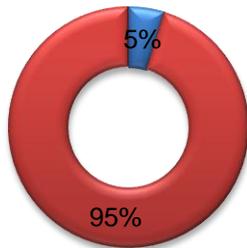
6- Grado de recomendación de La Plata
Estudiantes muy satisfechos

■ La recomendaría ■ La recomendaría mucho



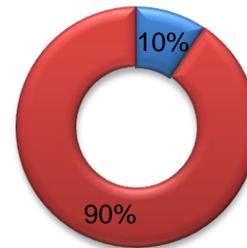
7- Nivel de satisfacción con la UNLP
Estudiantes muy satisfechos

■ Me gustó ■ Me gustó mucho

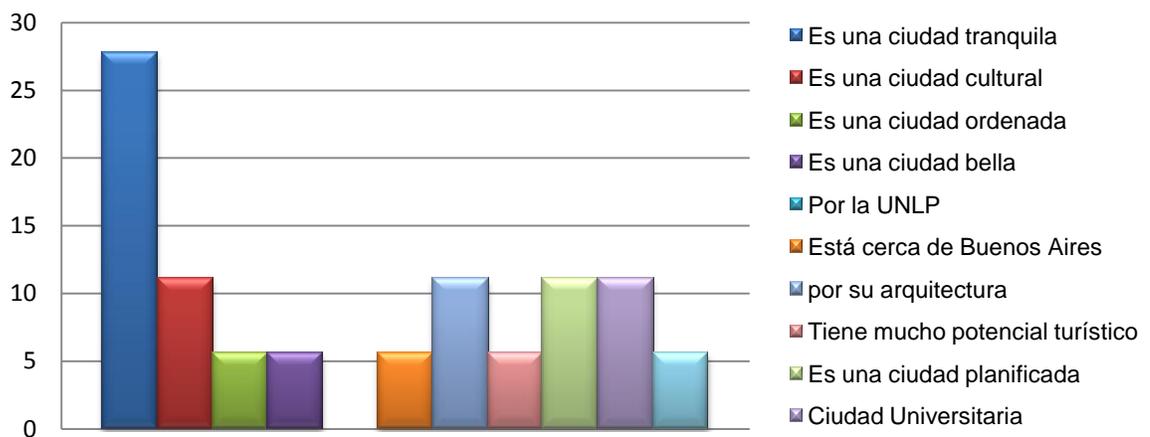


8- Grado de recomendación de la UNLP
Estudiantes muy satisfechos

■ La recomendaría ■ La recomendaría mucho

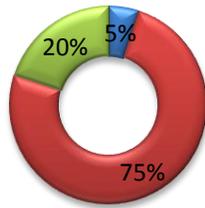


9- Motivo de recomendación La Plata
Estudiantes muy satisfechos (%)



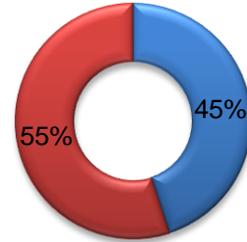
10- Nivel de recomendación de La Plata
Estudiantes satisfechos

- La recomendaría muy poco
- La recomendaría

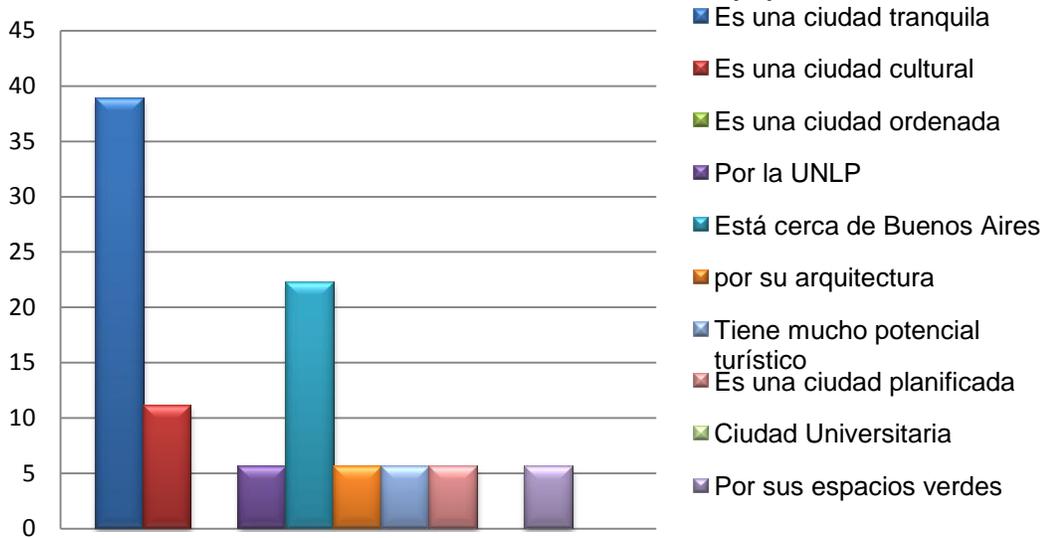


11- Nivel de satisfacción UNLP
Estudiantes satisfechos

- Me gustó
- Me gustó mucho

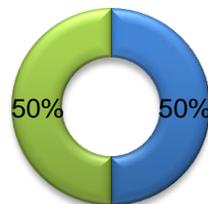


12- Motivo de recomendación
Estudiantes Satisfechos (%)



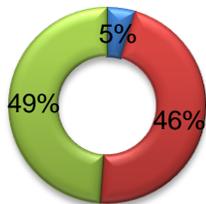
13- Nivel de recomendación de La Plata
Estudiantes pocos satisfechos

- Me gustó poco
- Me gustó mucho



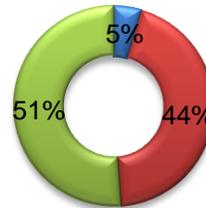
14- Satisfacción La Plata
Estudiantes satisfechos con la UNLP

■ Me gustó poco ■ Me gustó ■ Me gustó mucho



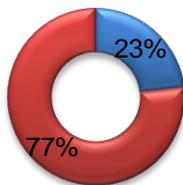
15- Recomendación La Plata
Estudiantes satisfechos con la UNLP

■ La recomendaría muy poco ■ La recomendaría



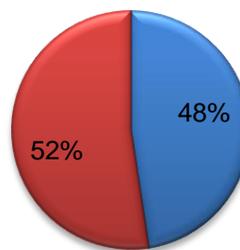
16-Nivel de recomendación de la UNLP
Estudiantes satisfechos con la UNLP

■ La recomendaría ■ La recomendaría mucho

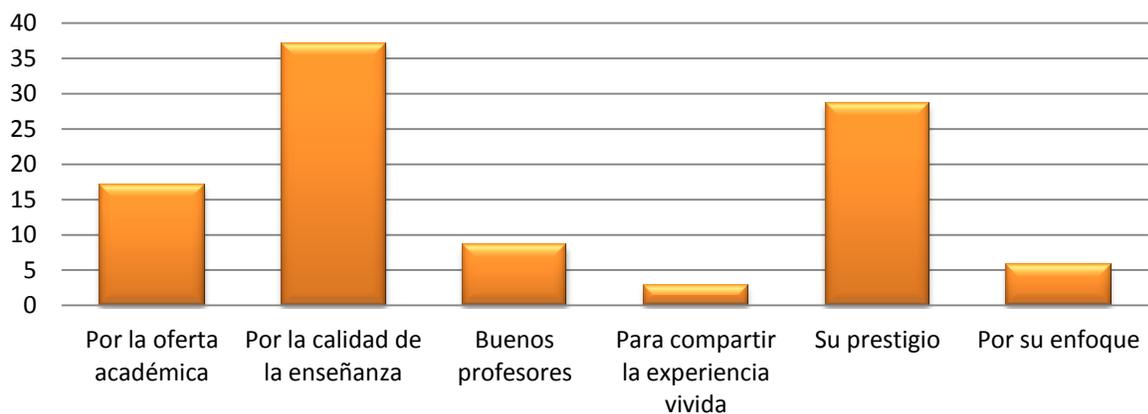


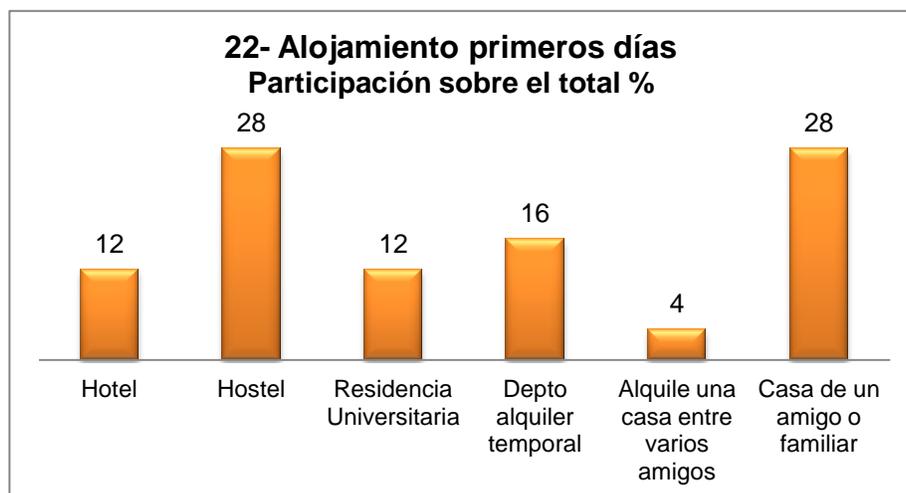
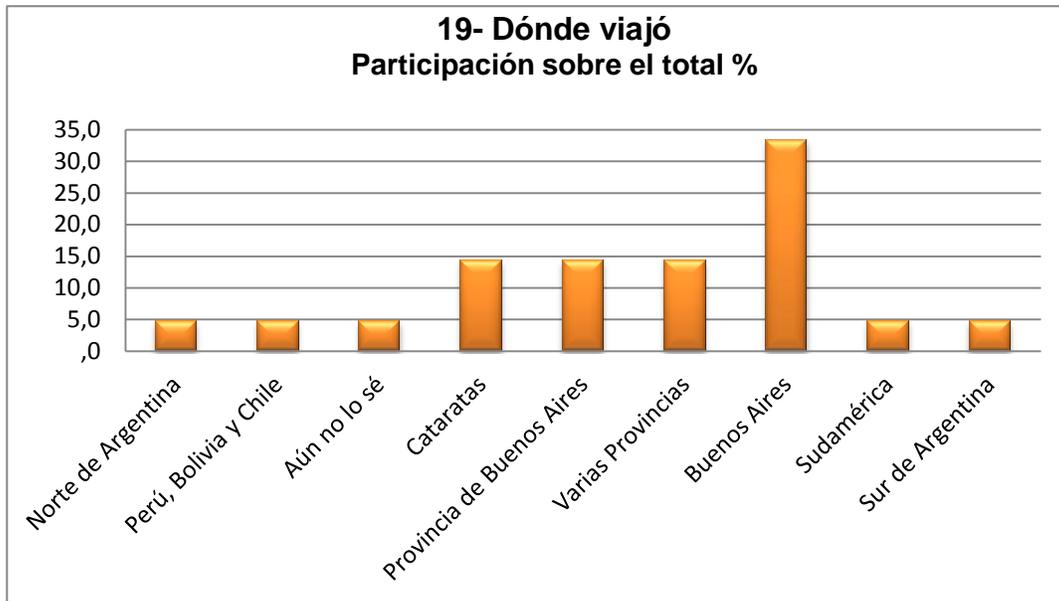
18- ¿Realizó uno o más viajes?
Participación sobre el total

■ Si ■ No



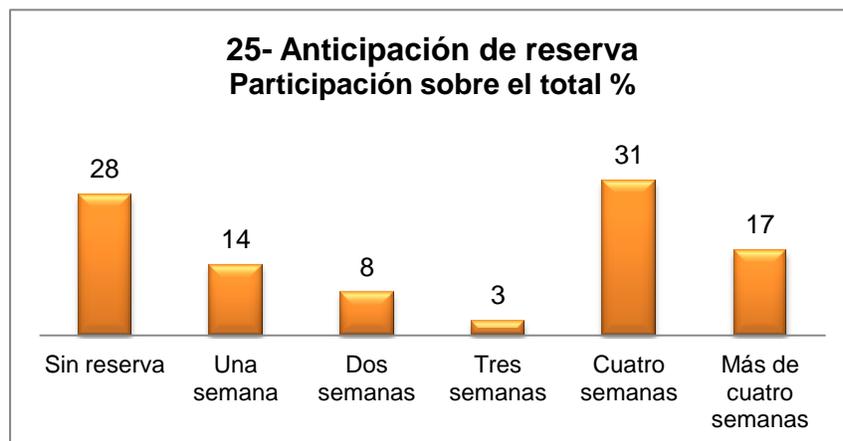
17- Motivo de recomendación UNLP (%)
Estudiantes muy satisfechos con la UNLP



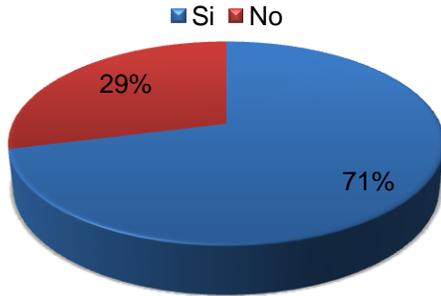


24- Variables para contratar alojamiento (ponderación)

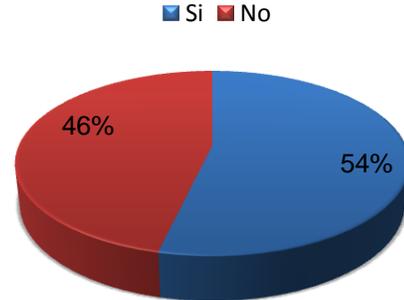
Variable	Ponderación	Puesto
Precio	80	1
Calidad	41	3
Ubicación	43	2
Servicios Ofrecidos	9	
Para estar con mis amigos	13	
No tengo garantía	11	
No tengo otra opción	16	



26-Fue difícil conseguir el alojamiento
Participación sobre el total

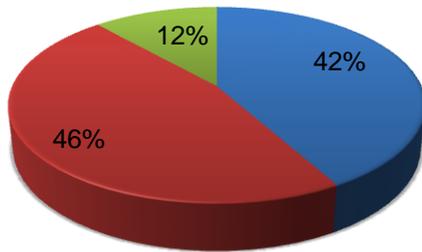


27- ¿Cumplió sus expectativas el alojamiento?
Participación sobre el total %



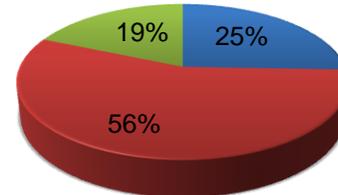
28- El precio del alojamiento resultó
Participación sobre el total %

■ Me resultó muy caro ■ Me resultó razonable
■ Me resultó barato



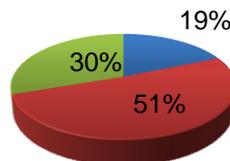
29- Relación precio-calidad del servicio
Participación sobre el total %

■ Me resultó injusta
■ Me resultó razonable
■ Me resultó muy justa

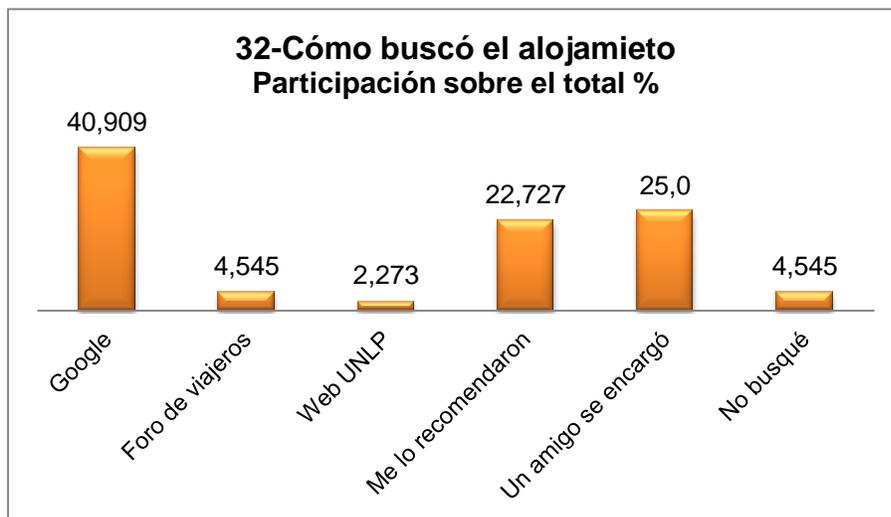


30- Evaluación de la calidad del servicio de alojamiento
Participación sobre el total %

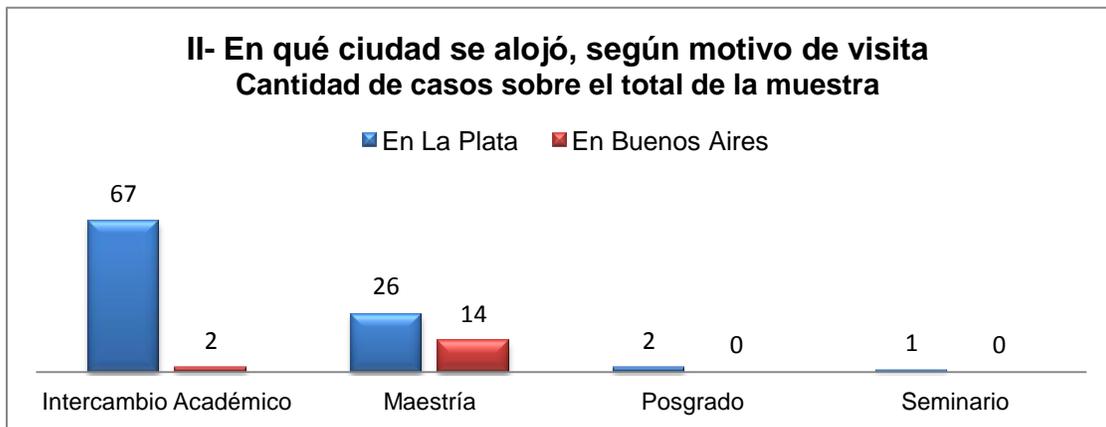
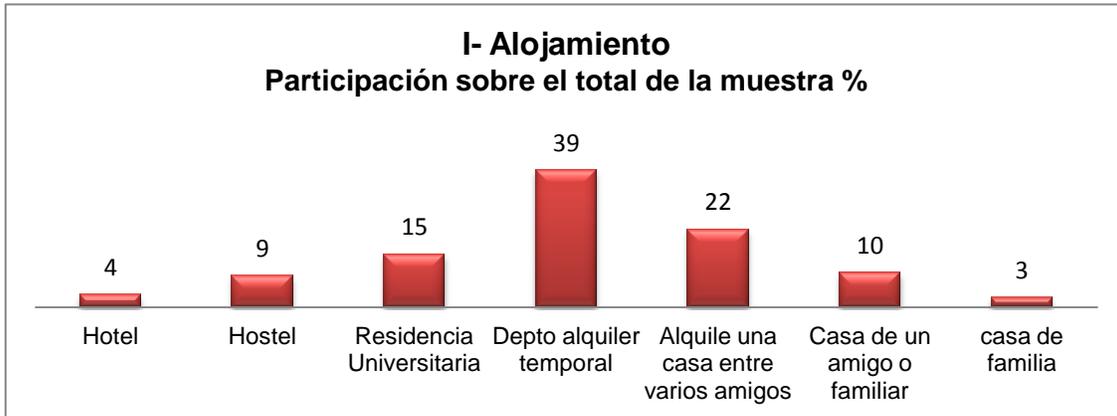
■ Muy malo ■ Bueno ■ Excelente



31- Evaluación del precio según tipo de alojamiento		El precio le resultó			Total
		Me resultó muy caro	Me resultó razonable	Me resultó barato	
¿Dónde se alojó la mayor parte de la estadía?	Hotel	1	1	2	4
	Hostel	0	4	1	5
	Residencia Universitaria	2	5	1	8
	Depto alquiler temporal	10	6	0	16
	Alquile una casa entre varios amigos	3	4	1	8
	Casa de un amigo o familiar	2	0	0	2
	Total	18	20	5	43

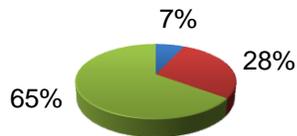


Anexo VII – Cuadros total de la muestra



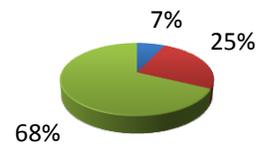
IV- Nivel de recomendación de La Plata
Participación % sobre el total de la muestra

■ La recomendaría muy poco
 ■ La recomendaría



V- Nivel de recomendación UNLP
Participación % sobre el total de la muestra

■ Me gustó poco ■ Me gustó ■ Me gustó mucho



VI- Motivo de recomendación de la UNLP
Participación % sobre el total de la muestra



VII- ¿Cumplió con sus expectativas el alojamiento?
Participación sobre el total de la muestra

■ Si ■ No

