

XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural
(Julio 2017)

EL TURISMO UNIVERSITARIO INTERNACIONAL COMO FENÓMENO SOCIO-CULTURAL EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA, ARGENTINA

Eugenia Perona:

Investigadora, Universidad Empresarial Siglo XXI, Argentina. Email:
eugenia.perona@gmail.com

Efraín Molina:

Docente-Investigador, Universidad Empresarial Siglo XXI, Argentina. Email:
emolinaromano@gmail.com

Ignacio Najle:

Investigador Adscripto, Universidad Empresarial Siglo XXI, Argentina. Email:
IgnacioNajle@hotmail.com

Resumen:

La Ciudad de Córdoba, Argentina, ofrece cuantiosas oportunidades de turismo cultural. En la presente ponencia se examina el sector del "turismo académico", en referencia a los estudiantes internacionales que visitan la ciudad durante uno o dos semestres, con el objeto de realizar cursos de grado, posgrado, o idioma español. Córdoba posee excelentes recursos para el turismo académico debido a la presencia de numerosas universidades con una larga tradición y prestigio. El turismo de estudiantes universitarios extranjeros en Córdoba ha crecido en forma muy significativa en los últimos años, contribuyendo dichos estudiantes internacionales al desarrollo turístico de la región de un modo muy especial, que sin dudas ha tenido impactos de índole socio-cultural. A pesar de su relevancia y notable crecimiento, el turismo universitario internacional en Córdoba ha sido muy poco estudiado por lo que el presente trabajo intenta, mediante la recopilación de datos y trabajo de campo, iniciar la investigación y discusión sobre el tema. En las distintas secciones del artículo se abordan datos cuantitativos y cualitativos del turismo universitario extranjero, así como su impacto en la cultura y el ambiente ciudadano de Córdoba.

Palabras clave: turismo académico; turismo cultural; turismo universitario internacional; aspectos socio-culturales del turismo; Córdoba- Argentina

El turismo universitario internacional como fenómeno socio-cultural en la ciudad de Córdoba, Argentina

Eugenia Perona, Efraín Molina, Ignacio Najle

1. Córdoba como destino turístico: ubicación y consideraciones generales

La provincia de Córdoba está situada en el centro de Argentina. Las zonas sur y este son dedicadas principalmente a la agricultura para exportación, la ganadería y la industria. La zona del oeste es montañosa, con numerosos valles, ríos y lagos de particular belleza natural. Tanto en esta región como en el norte de la provincia, tiene lugar una intensa actividad turística. A ello se suma la Ciudad de Córdoba – capital provincial – que después de Buenos Aires constituye una de las dos urbes más grandes del país.

Dos conceptos clave resumen las características de Córdoba como destino turístico: i) su *diversidad* y ii) su *importancia* dentro del turismo a nivel nacional. Después de la costa atlántica en la provincia de Buenos Aires, Córdoba es el segundo destino turístico de mayor trascendencia en Argentina. Este es un hecho poco conocido internacionalmente dado que Córdoba es en gran medida un destino doméstico (MINTUR, 2012).

Otros destinos dentro de Argentina, como las Cataratas del Iguazú, el Parque Nacional Los Glaciares, los Caminos del Vino en Mendoza, o la Quebrada de Humahuaca; cuentan con una considerable exposición internacional. Sin embargo, por su volumen y capacidad, el movimiento turístico en Córdoba es mucho más intenso. Córdoba recibió en 2012 alrededor de cuatro veces más visitantes que Iguazú, Mendoza y Salta; y diez veces más que Calafate (INDEC, 2012). Comparando por regiones, la provincia de Córdoba por sí sola, alcanza un número de plazas y de visitantes similar a todo el Litoral, Cuyo, Norte, o Patagonia.

El otro concepto clave que caracteriza a Córdoba como destino turístico es su diversidad, así como la variedad de productos turísticos que ofrece. El turismo al aire libre ocupa un lugar prominente, ya que la geografía y los paisajes cordobeses son propicios para el turismo aventura, el turismo rural, el ecoturismo y el turismo de salud.

En lo que se refiere más específicamente a la presente ponencia, Córdoba ofrece cuantiosas oportunidades de turismo cultural, contando con sitios históricos relevantes como las Estancias Jesuíticas, a lo que se suman museos y sitios arqueológicos. Córdoba es sede de muchos de los festivales más importantes de Argentina, tanto en música – folklore, rock, tango – como en gastronomía. El turismo cultural comprende incluso posibilidades no convencionales como el “fenómeno OVNI” en la zona del Cerro Uritorco, donde numerosos visitantes nacionales e internacionales se dan cita para celebrar eventos astronómicos.

También en lo social y cultural, Córdoba es sede de diversos juegos y torneos deportivos. Posee una amplia oferta de circuitos de golf, e innumerables posibilidades para el *trekking* y el montañismo. Se destacan además el turismo cinegético, la pesca deportiva, y la organización de competencias automovilísticas que atraen a miles de turistas cada año.

Un segmento que ha estado en franco crecimiento durante la última década es el turismo académico en la Ciudad de Córdoba. La ciudad es sede de varias instituciones de estudios superiores de larga tradición y prestigio, entre las que sobresale la Universidad Nacional de Córdoba. Fundada por los jesuitas en 1614, dicha casa de altos estudios es la más antigua de Argentina y la tercera más antigua de Sudamérica; siendo la segunda en volumen de estudiantes en el país después de la Universidad de Buenos Aires. Esta característica de la Ciudad de Córdoba – que por su profusión de instituciones académicas es conocida en Argentina como "la docta" – ha llevado a un fuerte desarrollo, entre otros, del turismo de eventos y conferencias, el cual ha crecido notablemente en la pasada década. También se ha incrementado el turismo estudiantil, idiomático y de posgrados, de la mano de una oferta de buena calidad y costos accesibles en comparación con otros destinos.

En adición a lo anterior, Córdoba es una provincia pujante, con un nivel importante de desarrollo industrial y agropecuario, por lo cual recibe numerosos visitantes en plan de negocios o de exposiciones y ferias que se realizan periódicamente.

Los párrafos anteriores permiten apreciar la potencialidad y diversidad que exhibe el turismo en Córdoba. La actividad turística es actualmente la sexta actividad más importante de la provincia, contribuyendo con alrededor de un 7% del producto bruto regional. Con respecto al empleo, distintos estudios han mostrado que los puestos de trabajo en la industria de la hospitalidad (hoteles, bares y restaurantes), ascienden a un 6% del empleo en Córdoba (Perona y Molina, 2016). A los fines de dimensionar su importancia nacional puede mencionarse que, en 2014, la provincia de Córdoba dio cuenta de un 13,3% del total de pernотaciones en Argentina y de un 13,6% del gasto turístico en el país (MINTUR, 2014).

La presente ponencia tiene como objetivo examinar el fenómeno de los estudiantes universitarios extranjeros que, cada año en mayor medida, arriban a la Ciudad de Córdoba en busca de la realización de estudios de grado, posgrado, o cursos de idioma español. Éste es un aspecto del turismo provincial que hasta el momento no ha sido estudiado, por lo que el trabajo intenta ser una contribución inicial a las investigaciones sobre el sector. El turismo universitario extranjero en Córdoba sin dudas constituye una de las posibilidades de turismo alternativo, menos relevante en volumen que el turismo activo y natural, pero con un enorme potencial de crecimiento de cara al futuro. Asimismo, se considera que es un tipo de turismo al cual debe prestársele atención ya que uno de los problemas del turismo en Córdoba es su alta estacionalidad y su dependencia del turismo doméstico (Perona, Molina y Wasilcov, 2016). El turismo académico internacional es estable a lo largo del año y aporta divisas en términos de turismo receptivo. Por otra parte, el volumen sostenido de estudiantes extranjeros ha traído aparejados impactos socio-culturales para la ciudad de Córdoba, la población y las universidades locales, debiendo adaptarse los distintos servicios a la presencia continua de visitantes jóvenes del exterior.

En las siguientes secciones se busca conocer con mayor detalle las características y expectativas de los estudiantes extranjeros y el turismo académico en la ciudad de Córdoba. Como se afirmó arriba, se trata de un grupo de turistas y de un producto turístico sobre el cual se conoce poco, por lo que el trabajo resulta un aporte novedoso a la generación de información sobre este conjunto de visitantes. La investigación se basa en un trabajo de campo de tipo exploratorio, que permitió recabar datos mediante entrevistas y cuestionarios, arribando a conclusiones cualitativas interesantes acerca del fenómeno de los estudiantes extranjeros en Córdoba.

2. El turismo universitario extranjero en Córdoba: planteo y metodología de trabajo

La ciudad de Córdoba alberga un grupo de gente joven que ha crecido en forma significativa en los últimos años. Son los estudiantes universitarios extranjeros, quienes como visitantes, contribuyen al desarrollo del movimiento turístico de un modo especial. Córdoba posee un muy buen posicionamiento en el turismo académico debido a la presencia de universidades, que lleva en forma complementaria a que se materialicen congresos, simposios, jornadas y eventos formativos en general. Se suman los estudiantes de intercambio, y los cursos de idioma, todo lo cual ha ido creciendo y fortaleciéndose en el transcurso de los últimos años.

En las siguientes secciones se busca conocer algunas de las características y expectativas de los estudiantes extranjeros que arriban a la ciudad de Córdoba, considerándose que es importante generar información para que quienes los reciban puedan brindarles una atención más adecuada. De este modo se podrán incrementar los niveles de satisfacción y provocar un efecto multiplicador que continúe potenciando la llegada de visitantes.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en la última década 3,6 millones de personas estudiaron más de un año fuera de sus países de origen y se espera que para 2020 la cifra supere los 6 millones (UNESCO, 2015).

A nivel latinoamericano, Argentina constituye un destino interesante en cuanto a la recepción de estudiantes internacionales. No es sencillo contar con datos fehacientes sobre la población estudiantil foránea, dado que no existen relevamientos estadísticos apropiados.¹ Por tal motivo, aquí se trabajará con datos aportados por las mayores universidades de la ciudad de Córdoba, obtenidos mediante entrevistas a los responsables de relaciones internacionales de cada una de ellas.

La presente investigación llevó también a desarrollar un trabajo de campo, de tipo exploratorio, para recabar datos que de otra manera no están disponibles. Esta información se utiliza para corroborar o refutar muchas de las hipótesis propuestas, permitiendo arribar a conclusiones cualitativas interesantes para lograr una mejor caracterización y comprensión del fenómeno de los estudiantes extranjeros.

El relevamiento involucra a estudiantes internacionales que realizan carreras de grado y posgrado, no contemplando a quienes realizan tecnicaturas, cursos u otro tipo de actividades que no se incluyen en el marco de la educación universitaria. Específicamente, el caso de estudio abarca cinco universidades: Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Universidad Tecnológica Nacional (UTN), Universidad Católica de Córdoba (UCC), Universidad Blas Pascal (UBP) y Universidad Empresarial Siglo 21 (UES21).²

En la siguiente sección se presentan datos cuantitativos referidos a estudiantes extranjeros en Córdoba en cada una de las universidades citadas y se describe el origen de los estudiantes por procedencia geográfica, así como un análisis de las erogaciones y consumos básicos en los que debe incurrir un estudiante para establecerse en la ciudad. Posteriormente se presentan los atractivos turísticos de Córdoba que resultan visitados en mayor medida por los estudiantes internacionales y se aborda el tema del *marketing* del turismo estudiantil, a partir

¹ Según la UNESCO, la mayoría de los países latinoamericanos no cuenta con estadísticas oficiales sobre la cantidad de estudiantes extranjeros.

² Se agradece a los responsables de las cinco universidades consultadas: Carla Allende, Ana Roqué, Guillermo Badenes, Daniel Roura y Milton Escobar, junto a sus colaboradores, por el valioso aporte de información, críticas y opiniones vertidas.

de las acciones llevadas a cabo por las propias universidades y por organismos gubernamentales de la esfera provincial. Hacia el final de la ponencia se comentan los resultados de entrevistas realizadas a una muestra de estudiantes internacionales respecto de su experiencia en Córdoba. Finalmente, se exponen algunas conclusiones sobre el turismo universitario en Córdoba, de cara al futuro cercano.

3. Estudiantes extranjeros: características y datos relevantes

Cada vez mayor cantidad de estudiantes internacionales eligen Argentina para desarrollar su carrera académica y el perfil de todos ellos es muy similar. Los estudiantes extranjeros se concentran en una franja etaria de 21 a 25 años y el número de mujeres es levemente inferior al de varones, dado que estos últimos parecen más seguros de tomar la iniciativa y elegir al país como destino. Las leyes migratorias de Argentina constituyen un gran incentivo, en especial para los estudiantes latinoamericanos que enfrentan dificultades para obtener visas o residencias en otras naciones como Estados Unidos y los países europeos. Debido a los acuerdos del Mercosur, en Argentina es relativamente sencillo obtener una residencia temporal que permite trabajar en forma legal. Ello hace posible combinar el estudio con la realización de trabajos temporarios para cubrir los gastos de estadía.

Las cinco universidades consultadas aseguraron que la edad promedio de los estudiantes ronda los 22 años. El tiempo promedio de estadía es de ocho meses y en su mayoría los visitantes permanecen sólo un semestre.

Tomando como referencia el Programa de Estadísticas Universitarias de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), en dicha institución se evidencia un aumento significativo en el volumen de estudiantes extranjeros, tanto en estudios de grado como de posgrado. Dicho incremento se cuantifica en un 25% anual sostenido hasta el año 2011, disminuyendo levemente en los últimos años. Se destaca específicamente el aumento de alumnos provenientes de Francia, Brasil y Colombia.

Comparando los años 2008 y 2009, el incremento es del 24% y del 100%, en alumnos de grado y posgrado, respectivamente. En 2009 la UNC recibió 856 alumnos de grado y 153 de posgrado (29 de doctorado, 54 de maestría y 70 de especializaciones). De acuerdo con las últimas estadísticas de 2015, los alumnos extranjeros de grado en la UNC ascendieron a 1928, es decir, un incremento del 125% desde 2009 (PEU, 2015). Esta misma casa de estudios estima en un centenar a los alumnos extranjeros que abordaron cursos cortos o pasantías.

La Universidad Blas Pascal es un claro ejemplo de que se logran buenos resultados si se construyen programas convenientes para estudiantes extranjeros. Desde su Centro de Relaciones Internacionales (CRI) han apostado fuertemente por el intercambio estudiantil y lo reflejan en números: entre el año 1996 y el 2006, el promedio de estudiantes extranjeros que esta universidad recibía por año era sólo de 26 alumnos. Pero a partir del año 2007, ese número creció más de un 650%. En los últimos 6 años, el promedio anual es de 170 alumnos foráneos.

Por su parte, desde la Universidad Tecnológica Nacional aseguran que también se ha incrementado el número de estudiantes internacionales, aunque sin proporcionar cifras cuantitativas. La Universidad Siglo 21 reconoce un crecimiento notable y destaca el aumento en la proporción de alumnos europeos respecto de los latinoamericanos. Mientras tanto, la Universidad Católica de Córdoba informa que la mayoría de sus alumnos internacionales son estudiantes latinoamericanos.

La explicación de por qué Córdoba se está transformando en una ciudad cosmopolita en cuanto a la población estudiantil encuentra consenso entre las autoridades universitarias. La oferta educativa de alta calidad en estudios superiores, unido a los bajos o nulos costos de la matrícula (para el caso de las universidades nacionales), resultan una oportunidad muy atractiva para los jóvenes universitarios de todo el mundo.

Algunas de estas experiencias se sintetizan de boca de los propios estudiantes. Roxana Anaya, de México y estudiante de Cine y Televisión, comenta: *“Elegí la Universidad Nacional de Córdoba por amigos que vinieron antes y me recomendaron la Universidad, la gente, la ciudad, y todo lo demás”*. Por su parte, Will Sansom, de Inglaterra, estudiante de Literatura Latinoamericana, expresa: *“Hay un convenio de la Universidad de Córdoba con mi universidad en Inglaterra, y además quería conocer Argentina. Trataré de aprender más y perfeccionar mi español”*.

Otra de las razones por las que ha aumentado el número de alumnos extranjeros en Córdoba, ha sido la flexibilización de los planes de estudio locales. El reconocimiento de lo cursado y aprobado en las universidades de origen es generalizado y es relativamente simple coordinar la acreditación de los contenidos aprendidos. El dejar de lado la rigidez estructural de los programas académicos ha fomentado la movilidad internacional y esto es clave en el interés del alumno por viajar y estudiar en otro país. Lo anterior fue confirmado por las universidades consultadas, que aseguran que las instituciones de origen de las cuales provienen los alumnos reconocen, en general, entre el 90% y el 100% de lo acreditado en Córdoba.

3.1. Procedencia de los estudiantes extranjeros

La nacionalidad de los alumnos varía en gran medida dependiendo de la universidad. En la Universidad Nacional de Córdoba, según el Anuario Estadístico 2014, el total de alumnos foráneos en dicho periodo incluyó a 302 estudiantes europeos, 30 asiáticos y 4 africanos. Lo anterior contrasta con 716 peruanos, 252 bolivianos y 244 chilenos (PEU, 2014). Dichos guarismos aumentaron levemente en 2015, cuando se contabilizaron 317 alumnos europeos, 31 asiáticos y 5 africanos; en adición a 795 peruanos, 280 bolivianos y 264 chilenos (PEU, 2015). Cabe destacar que en este último periodo, el número de estudiantes provenientes de "otros" países latinoamericanos, no limítrofes con Argentina, ascendió a 451 personas.

Tabla 1. Origen de los estudiantes por procedencia geográfica y por universidad

Universidad	Procedencia
Universidad Nacional de Córdoba	Perú, Bolivia, Chile, Alemania, EEUU, México, Brasil, Francia, España y Colombia
Universidad Blas Pascal	EEUU (75%) – Resto: México, Colombia, Bolivia, Brasil, Alemania, Francia, Austria, Suecia y Japón
Universidad Católica de Córdoba	Chile, Ecuador, Colombia, México, EEUU, Alemania, Francia, Italia, España y Austria
Universidad Tecnológica Nacional	Alemania, Francia, España y Austria
Universidad Empresarial Siglo 21	América Latina en un 70%

Fuente: Elaboración propia en base a datos suministrados por las universidades.

En la Universidad Blas Pascal el 75% de los alumnos extranjeros son estadounidenses y el restante 25% se reparte entre América Latina (México, Colombia, Bolivia y Brasil), Europa (Alemania, Francia, Austria y Suecia) y Japón. En la Universidad Tecnológica Nacional son Alemania, Francia, España y Austria las principales procedencias. Esta última casa de estudios reconoce un fuerte aumento en la cantidad de alumnos extranjeros, pero afirma que las procedencias más populares siguen siendo las mismas. La Tabla 1 sintetiza el origen de los estudiantes internacionales, por Universidad y según su origen geográfico.

Una pregunta interesante en este punto es: ¿se modificó la procedencia de los estudiantes o sigue siendo similar a la que existía años atrás, en la década de los '90? La realidad es que ha cambiado y seguirá cambiando en función de los convenios que se celebren entre universidades cordobesas y extranjeras. Pero también se encuentran presentes otras variables de índole económico y social. Así por ejemplo, el incremento exponencial de europeos en Córdoba se explica por la variación en el tipo de cambio en los últimos años, que ha sido favorable para ellos y ha potenciado el atractivo de nuestro país como destino de una experiencia universitaria internacional. Es muy frecuente que los estudiantes cordobeses conozcan al menos a un alumno francés o alemán que estudie en la ciudad, siendo estas dos nacionalidades las de mayor crecimiento en los últimos 20 años.

El idioma parece no ser un impedimento en general para los europeos. Las universidades consultadas aseguran que el nivel de castellano de los alumnos se puede situar en un rango de entre 5 y 6 puntos sobre 10. Se pueden diferenciar dos grupos: los que vienen con un muy buen nivel de español y que generalmente estudian lenguas, y los que casi no lo han estudiado y se abocan a las denominadas ciencias “más duras” como el caso de las ingenierías.

El nivel de idioma exigido por las universidades es en general básico y la mayoría de los alumnos que no provienen de países hispanohablantes, no continúan sus cursos de español en nuestro país. Los profesores identifican a los alumnos extranjeros y les brindan atención adicional para que puedan canalizar sus dudas de manera particular, dada la dificultad de estudiar con un nivel de exigencia de moderado a alto, sumado al cursado en otro idioma diferente al nativo.

¿Por qué los estudiantes eligen a la ciudad de Córdoba como destino? De acuerdo con los testimonios obtenidos, se tiene que una gran parte lo hace por recomendación. Para otros, Córdoba es la segunda opción, después de Buenos Aires. Lo cierto es que también existen muchos convenios entre las universidades locales y numerosas casas de estudios extranjeras, que posibilitan una reciprocidad muy positiva en términos de intercambio. Como ejemplo de lo anterior podemos citar a la UNC, que ha firmado más de 270 convenios de cooperación internacional. Ello es un factor fundamental para determinar la cantidad de alumnos que aprovechan las oportunidades de viajar, aprender y conocer otras culturas.

3.2. Incidencia de gastos y consumos en la decisión de estudiar en Córdoba

La percepción de Argentina como un país barato para la educación superior algunas veces contrasta con la imagen que se llevan los estudiantes extranjeros a su regreso.³ Estos estiman que los costos de alojamiento y manutención son similares a los de su país de origen, excepto

³ Para las universidades con convenios de intercambio internacional los costos de matriculación y cursado son nulos, lo cual se da en las cinco casas de estudios consultadas. Este beneficio, generalizado en la mayoría de los programas de intercambio internacional, permite que el alumno pueda elegir el destino con libertad, para viajar y estudiar en casi cualquier parte del mundo.

los correspondientes a estudios, transporte y esparcimiento. Como referencia de lo que sucede a nivel nacional, Liz Olave, una colombiana de 36 años que se encuentra cursando un doctorado en Ciencias Políticas en la Universidad Nacional de San Martín, en Buenos Aires, dijo a BBC Mundo: *“Si bien el costo de la educación es menor en Argentina, otros gastos, en especial los alquileres, son carísimos, así que al final uno termina gastando más o menos lo mismo que gastaría en Colombia, pero aquí se obtiene una experiencia más enriquecedora”* (BBC MUNDO, 2013).

Con respecto al alojamiento en Córdoba, las opciones, así como sus costos, son variadas. Algunos programas especiales buscan alojar a los estudiantes en casas de familia favoreciendo la asimilación de la cultura local y el aprendizaje del idioma mediante la interacción con residentes. Generalmente se incluyen las comidas y el costo total ronda los US\$150 mensuales. Entre las opciones de alojamiento más frecuentadas puede mencionarse a las residencias estudiantiles, que hospedan tanto a estudiantes argentinos como extranjeros, presentándose como una excelente alternativa ya que en general no se firman contratos como en el alquiler de apartamentos y ofrecen mayores libertades al estudiante. No obstante, tienen un precio algo más elevado que el de las casas de familia.

Los apartamentos constituyen la opción elegida por quienes estudian en universidades muy alejadas del centro de la ciudad, o por quienes vienen en pareja, firmando contratos temporarios. No es lo más recomendable para estudiantes internacionales, complicándose aún más si el manejo del idioma es escaso. Al momento de la realización de este estudio, el alquiler de un departamento de un dormitorio rondaba los US\$300 mensuales.

4. Atractivos turísticos y culturales como imán para los estudiantes extranjeros

Una de las atracciones más importantes de la Ciudad de Córdoba es, sin dudas, el Paseo de las Artes. Los extranjeros disfrutan de las artesanías expuestas y los bares que ofrecen una interesante diversidad a lo largo de la calle Belgrano. Otra visita obligada son los museos, principalmente el Palacio Evita (ex Ferreyra), el Museo Caraffa y el de Ciencias Naturales. Para la visita a la zona de la Manzana Jesuítica y el Cabildo, que generalmente se realiza en los primeros días de estadía en Córdoba, es importante contar con un guía para el recorrido. Es esencial que los guías incluyan explicaciones en inglés, idioma con el que están familiarizados los estudiantes europeos y de países no latinoamericanos. Este es un sentido en el que la presencia de estudiantes internacionales ha afectado la cultura y los servicios ofrecidos al turista ya que, en general, no era fácil encontrar guías locales en idiomas extranjeros.

A los fines de este trabajo se realizó un relevamiento a una muestra de ochenta estudiantes extranjeros en la Ciudad de Córdoba, consultándoles, entre otras cosas, por las actividades que realizan en su tiempo libre y la incidencia de los atractivos turísticos como razón para haber elegido estudiar en la ciudad. A partir de las respuestas, es interesante notar que los destinos del interior provincial recorridos por los visitantes universitarios internacionales son, en general, muy similares. Típicamente se sienten atraídos por Alta Gracia, La Falda, Villa General Belgrano y Capilla del Monte. Muchos también eligen la Quebrada del Condorito para actividades de *trekking*.

La característica en común que presentan estos destinos es la corta distancia a la ciudad capital. Los estudiantes no acostumbran a realizar grandes recorridos dentro de la provincia, principalmente debido a la escasa información turística con la que cuentan. Más del 70% busca sólo caminatas y escaladas de baja dificultad.

Los alumnos entrevistados manifestaron no consultar a las oficinas de turismo, por lo que sería recomendable que los organismos provinciales y municipales pertinentes proveyeran a las universidades de material de promoción respecto de zonas más alejadas de la ciudad capital. Entre ellas pueden incluirse Cerro Colorado, Mar Chiquita, San Marcos Sierras y muchos otros destinos. Muchos estudiantes internacionales también afirman desconocer el Camino Real, un ícono del turismo cultural e histórico de Córdoba y Argentina.

¿Cuál es el motivo por el que a los estudiantes foráneos no les entusiasma solicitar información? Una razón posible, sobre todo en el caso de los europeos, es que casi siempre llegan al país munidos de guías de turismo publicadas por editoriales internacionales, que son referentes indiscutidas en literatura de viajes, brindando datos precisos y completos sobre las distintas regiones del país. Animados por dicha información, usualmente prescinden del asesoramiento de expertos y nativos.

En el interior provincial, Córdoba cuenta con estancias ricas en historia y con precios atractivos teniendo en cuenta la infraestructura y la gastronomía que ofrecen. Son destinos poco concurridos por los estudiantes universitarios internacionales, por falta de información y porque convocan en mayor medida a parejas y un público adulto.

Evidentemente, el turismo estudiantil universitario extranjero se comporta de manera muy diferente al turismo extranjero de adultos. El mayor poder adquisitivo de estos últimos se refleja en el consumo general y los viajes. Fuera de Córdoba, los estudiantes usualmente visitan las Cataratas, Salta, Mendoza y algunos la Capital Federal, diagramando sus recorridos por medios propios previa consulta en internet.⁴

Les atrae mucho la Patagonia pero la reconocen como un destino poco accesible debido a los costos. Sin embargo, viajan a Chile (Valparaíso y Santiago), Bolivia (La Paz) y Perú (Machu Picchu). En menor medida lo hacen a Brasil por ser considerado también un destino relativamente oneroso.

Los eventos como la Fiesta de la Cerveza (Oktoberfest) que tiene lugar en una colonia alemana y Cosquín Rock no les atraen significativamente. El primero arrojó una baja adhesión entre los estudiantes consultados, mientras que en el segundo, sólo uno de cada diez alumnos afirma haber concurrido. A nivel de los barrios de la ciudad, los más conocidos son: Nueva Córdoba, Güemes, General Paz, Chateau y Alta Córdoba, en ese orden.

Un párrafo aparte merece la caracterización de los estudiantes provenientes de Estados Unidos. El consumo de este grupo es mucho mayor que el del promedio de los alumnos europeos o latinoamericanos. A los estudiantes estadounidenses les gusta salir a comer a restaurantes, disfrutan de los deportes extremos y consumen en sus actividades nocturnas muy por encima del resto. La filosofía y los patrones de consumo que tienen son ciertamente diferentes a los de otros estudiantes.

⁴ Al encontrarse establecidos en un lugar fijo, los estudiantes extranjeros actúan como agentes multiplicadores del turismo, porque al recibir visitas de familiares o amigos, les ofrecen recorridos por la ciudad en la que residen y organizan viajes por otros atractivos turísticos del país.

5. El marketing del turismo estudiantil en Córdoba

La promoción de la educación superior como un producto turístico presenta márgenes para mejorar. Según el Anuario Estadístico de la UNC, los extranjeros representaban el 2,5% del total de estudiantes de grado en el año 2014. Las carreras más elegidas fueron las relacionadas con las ciencias médicas, seguidas por las ingenierías, artes (particularmente cine), derecho y ciencias sociales, filosofía y humanidades (PEU, 2014).

Diez años antes, en 1994, también en la UNC y según estadísticas oficiales, el porcentaje de estudiantes extranjeros fue ligeramente inferior: 1,3%. Pero en ese año la población estudiantil de grado era de 87 mil alumnos y en el 2014 cercana a los 111 mil. En otras palabras, la cantidad de estudiantes extranjeros ha aumentado su participación respecto de los estudiantes nacionales, pero su incidencia sigue siendo relativamente baja.

Como se afirmara anteriormente, en la UNC hay un número sustancial de estudiantes extranjeros latinoamericanos, predominando los peruanos, bolivianos, chilenos y paraguayos, con menor presencia de alumnos brasileños. El motivo de la ausencia de un importante número de estudiantes brasileños en las universidades cordobesas no es del todo claro, conjeturándose que estos alumnos manifiestan una preferencia por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En este sentido, Córdoba tiene una importante oportunidad de promoción educativa en el país vecino.

Existen, sin embargo, otros factores clave para el desarrollo de este tipo de turismo. Por ejemplo, el apoyo gubernamental (municipal, provincial y nacional) fue y es fundamental para el fortalecimiento de los programas que llevan adelante las universidades. Todas ellas reconocen la activa participación del gobierno nacional en la promoción universitaria en el extranjero, fundamentalmente a través del Programa de Promoción de la Universidad Argentina de la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación, con participación en ferias internacionales, difusión del consorcio ELSE (Español Lengua Segunda o Extranjera) y CELU (Certificado de Español: Lengua y Uso), así como apoyo económico a misiones editoriales universitarias que buscan promocionarse en el exterior.

Existe una opinión generalizada entre los estudiantes entrevistados en cuanto a la falta de apoyo del gobierno municipal, el cual no colabora con las universidades. Sin embargo, reconocen algunas acciones del gobierno provincial a través de planes de la Agencia Córdoba Turismo y la Agencia Pro-Córdoba. Estas áreas deberían profundizar la comunicación y cooperación con las casas de estudio, ya que son en parte responsables de ofrecer una atención de calidad a los jóvenes extranjeros que confían en Córdoba para continuar con su formación.

Todas las casas de estudio reconocen colaboración entre ellas y un fortalecimiento respecto de su inserción en el exterior, con participación en redes internacionales y misiones académicas. La UNC ha incorporado en su página web una sección específica destinada a extranjeros (<https://www.unc.edu.ar/extranjeros/>), donde promueve un nuevo curso intensivo de idioma español en el verano del hemisferio norte, así como la posibilidad de realizar carreras de grado, posgrado, o estancias de un semestre en la institución.

5.1. La experiencia personal y la difusión boca en boca

Prácticamente la totalidad de los estudiantes internacionales entrevistados afirma que volvería a Córdoba o Argentina. La visión general que obtienen luego de su experiencia en el país es significativamente positiva y esto se refleja en el interés por volver y el importante efecto dominó que producen las recomendaciones a familiares y amigos. Muchos de quienes llegan a Córdoba lo hacen referenciados por colegas que ya estuvieron en el país y han fotografiado gran parte del territorio, animando a otras personas a viajar a través de las imágenes y el relato de sus experiencias de vida.

La Tabla 2 indica el nivel de satisfacción de los estudiantes al ser consultados sobre diferentes tópicos referidos a su estadía en la ciudad de Córdoba. Asimismo, los estudiantes hicieron expresa mención de la importancia de la participación en redes universitarias internacionales que favorezcan el intercambio estudiantil, así como la existencia de convenios de cooperación entre universidades.

Tabla 2. Nivel de satisfacción de los estudiantes

Tópico	Satisfacción <i>Escala del 1 al 10, siendo: 1=nada satisfecho y 10=muy satisfecho</i>
Hospitalidad	9,3
Información turística	7,0
Gastronomía	7,9
Entretenimiento	7,8
Paisajes	8,1
Infraestructura	5,8
Alojamiento	7,5
Seguridad	6,0
Limpieza	5,5
Precios	6,2

Fuente: Elaboración propia según datos suministrados por alumnos extranjeros.

Las universidades cordobesas pueden hacer mucho para que la experiencia del estudiante extranjero produzca un efecto multiplicador, y para ello es fundamental que el alumno logre absorber la cultura del país. El nivel de servicios que ofrecen las universidades como actividades complementarias a las curriculares es deficitario, siendo éste un campo interesante para desarrollar nuevas oportunidades.

6. Conclusiones

Córdoba tiene mucho para ofrecer al estudiante universitario extranjero. Existen casas de estudios superiores con excelente nivel académico y docentes comprometidos, accesibilidad a los centros turísticos principales dada su estratégica ubicación en el centro del país, paisajes cercanos de gran atractivo y una población que entiende la importancia del turismo y actúa en pos de una hospitalidad reconocida y comentada por los estudiantes.

Asimismo, el potencial de crecimiento que tiene Córdoba a corto plazo es inmenso. La posibilidad de generar ofertas turísticas especialmente diseñadas para este grupo, que permitan una mejor conexión entre la promoción turística y su destinatario, ampliarían las oportunidades de vincular a la región mediterránea con el mundo. Argentina crece rápidamente en número de estudiantes extranjeros, pero comparándola por ejemplo con

Australia – que según datos proporcionados por la Embajada de Australia en Argentina recibió 600.000 estudiantes en el año 2012 – todavía está muy retrasada en la promoción de este tipo de turismo.

La idea de incentivar a que los estudiantes incrementen su estadía, de seis meses a un año, basándose en el aprendizaje insuficiente del idioma que se logra con sólo un semestre, requiere de un mayor análisis de los planes de estudio y un esfuerzo adicional para adaptar los contenidos. Promover el intercambio en los primeros años de cursado del estudiante de grado hace que esto sea mucho más fácil y rentable, tanto para las universidades como para el estudiante que paga un oneroso pasaje aéreo.

La idea de promocionar las universidades cordobesas en consulados y embajadas argentinas en el extranjero es una posibilidad inmediata. El contacto con representantes en el exterior brindaría seriedad y orientación con un aumento considerable del caudal de alumnos.

Por ejemplo, la Ciudad de Córdoba cuenta con buen posicionamiento turístico en la *web*. La mayoría de los estudiantes utiliza servicios en línea para encontrar alojamiento, ya sea en residencias o compartiendo un departamento con alguien que haya alquilado previamente. Es simple buscar información sobre las universidades y destinos, pudiendo planificar todo el viaje desde internet, que es lo que de hecho sucede.⁵ En este sentido, existe un portal muy novedoso y útil de la Agencia Córdoba Turismo, donde se pueden consultar alojamientos habilitados en toda la provincia y conocer las tarifas actualizadas y discriminadas por cantidad de plazas y períodos del año.

Actualmente, se debe destacar que resulta insuficiente la información en inglés que ofrecen las universidades cordobesas en general. Es importante que el alumno se sienta cómodo y cuente con facilidad para realizar los trámites, conociendo todo lo que puede ofrecerle una universidad en Córdoba. Por ello, si se pudieran destinar secciones de los sitios web tanto de embajadas y universidades a ofertas de grado y posgrado, que sean claras y completas, se produciría un cambio sustancial en la concepción de la educación superior que los estudiantes internacionales tienen de Argentina.

También debiera ser una prioridad que las universidades locales amplíen los convenios con universidades extranjeras, con reconocimiento internacional. La calidad académica es fundamental, pero todo el diferencial que ofrece nuestro país en hospitalidad, costos y facilidad de acceso a estudios superiores debe promocionarse con mayor énfasis. Es fundamental entender que los intercambios son experiencias interculturales y no sólo medios de aprendizaje curriculares. El desafío de las casas de estudio es modificar estructuras y ofrecer programas más formativos en lo cultural y más transformadores desde lo individual. En igual sentido, es conveniente que se simplifiquen los trámites administrativos y sea más personalizada la atención, para que el alumno se sienta acompañado. Si bien todas las universidades aseguran orientación, los alumnos califican como “normal” y “difícil” la realización de trámites, incluso un punto por encima de la dificultad de los estudios en sí mismos.

⁵ Muchas residencias cuentan con páginas web que permiten conocer las instalaciones del lugar en forma remota, aunque varios estudiantes se han quejado por la diferencia en las imágenes y servicios con respecto a lo que en realidad se ofrece. De aquí la responsabilidad de cada establecimiento en ofrecer fotografías actualizadas, que no induzcan a confusión en los alumnos extranjeros.

El reconocimiento de los estudios en el exterior es más simple de lo que parece. La gran mayoría de los contenidos cursados y aprobados son reconocidos y esto se debe en gran parte a la globalización de los contenidos de las carreras, que ha permitido la nivelación de los conocimientos de estudiantes de distintas partes del mundo, simplificado los planes a nivel estructural, lo que posibilita e incentiva la movilidad internacional.

La articulación entre universidades e incluso la creación de programas conjuntos contribuye positivamente a la calidad de la educación que recibe el alumno y satisface requerimientos laborales muy por encima de lo que se exige en compañías multinacionales.

El desafío de posicionar a Córdoba como epicentro del turismo universitario no es utópico por las características de su territorio y de su gente, sin olvidar que el mercado asiático se encuentra aún sin explotar. Para ello, las universidades tendrán que revisar y corregir las ofertas educativas en las distintas áreas que las conforman, y la Ciudad de Córdoba deberá proyectarse, trabajando para mejorar la calidad y variedad de su infraestructura y equipamiento.

Referencias

BBC MUNDO (2013). Argentina, un imán para los estudiantes extranjeros. En línea: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/05/130524_argentina_estudiantes_extranjeros_vs

INDEC (2012). Encuesta de Ocupación Hotelera. Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

MINTUR (2012) *Anuario Estadístico de Turismo 2012*. Buenos Aires: Ministerio de Turismo de la Nación.

MINTUR (2014) *Anuario Estadístico de Turismo 2014*. Buenos Aires: Ministerio de Turismo de la Nación.

PERONA, E.; MOLINA, E.; WASILCOV, T. (2016). Turismo: avances y dilemas en pos de un desarrollo sustentable. En: Perona, Molina y Descalzi (eds.), *El Turismo en la Provincia de Córdoba. Aspectos Económicos y Desafíos para el Desarrollo*. Córdoba: Asociación Cooperadora de la FCE-UNC.

PEU (2014). *Anuario Estadístico 2014*. Programa de Estadísticas Universitarias. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.

PEU (2015). *Anuario Estadístico 2015*. Programa de Estadísticas Universitarias. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.

UNESCO (2015). Global Flow of Tertiary-Level Students. Institute for Statistics. Paris: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.