



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Ciencias Económicas

Vacaciones y Trabajo

Motivaciones de los
jóvenes argentinos
que realizan
experiencias de Work
and Travel en el
exterior



Tesis de Grado - Licenciatura en Turismo
Alumna: Vulcano, María Agustina
Legajo: 78994/6
Director de tesis: Cravero Igarza, Santiago
Mail: magustinavulcano@gmail.com
Fecha de entrega: 4 de Abril de 2017

Agradecimientos

A mi familia que me alentó desde el primer día a arrancar esta hermosa carrera y a lograr mi objetivo.

A mi novio por creer en mí y no dejarme bajar los brazos, por su ayuda y apoyo incondicional.

A mis amigos de siempre por escucharme y acompañarme en este camino.

A los amigos que me dio esta carrera, con quienes compartí momentos inolvidables dentro y fuera del aula.

A todos los docentes que formaron parte de mi educación y de mi formación profesional y como persona.

A mi director que con su dedicación y seguimiento, supo dirigirme y orientarme a lo largo de este proceso.

A todos, MUCHÍSIMAS GRACIAS!

Tabla de contenido

Agradecimientos.....	2
Resumen.....	4
Introducción al tema de estudio	5
Fundamentación	8
Objetivos	9
Objetivos específicos.....	9
Metodología.....	9
Marco Teórico	10
Turismo y Trabajo.....	10
Motivaciones que intervienen en el deseo de viajar y elección del destino	12
Capítulo 1	17
Turismo joven: evolución del concepto y tendencias actuales	17
La generación de jóvenes actuales: Los <i>millennials</i>	18
Hábitos turísticos de los <i>millennials</i>	21
Capítulo 2	23
Visas de Vacaciones y Trabajo: conceptualización.....	23
Origen y crecimiento de la modalidad en Argentina	25
Características y requisitos de los Programas de Vacaciones y Trabajo	27
Controversia entre vacaciones, trabajo y migración	35
Capítulo 3	37
Análisis de entrevistas.....	37
¿De qué crees que escapan los jóvenes argentinos al realizar un programa de Vacaciones y Trabajo?.....	37
¿Qué buscan en su experiencia?	39
¿Cuáles son los principales miedos o dudas?	42
¿Cuáles son los factores que tienen en cuenta los jóvenes en la elección del destino al que aplican?	43
¿Hay diferencias de perfiles entre quienes eligen un work and travel a Estados Unidos por sobre los otros destinos?.....	43
¿Cambian las motivaciones cuando los jóvenes repiten la experiencia?	43
Encuestas.....	44
Metodología.....	44
Análisis de resultados.....	44
Motivaciones culturales	51
Motivaciones Sociopsicológicas	57
Concluida la experiencia.....	63
Conclusiones	66
Recomendaciones	67
Bibliografía	68
Anexos.....	73

Resumen

Los programas de Vacaciones y Trabajo son una modalidad turística en continuo crecimiento entre los jóvenes argentinos desde su inicio en 1996 hasta la actualidad, producto de la firma de acuerdos migratorios bilaterales, ampliación de cupos y la difusión por parte de los propios jóvenes.

El objetivo de este estudio es explorar las motivaciones de los participantes a partir de los conceptos de *escape* y *búsqueda* tanto *sociopsicológicos* como *culturales*. Como base empírica se utilizan investigaciones bibliográficas, estudios de casos en jóvenes de otras nacionalidades y entrevistas estructuradas a tres actores relacionados con los programas de Vacaciones y Trabajo en el país.

La investigación expone, a su vez, los resultados de 332 encuestas a participantes argentinos que han completado la experiencia en Estados Unidos, Australia, Nueva Zelanda, Francia, Irlanda, Dinamarca y Alemania.

Palabras claves: programa, Vacaciones y Trabajo, Working Holiday, Work and Travel, turismo joven, *millennials*, viajeros, motivaciones.

"I beg young people to travel. If you don't have a passport, get one. Take a summer, get a backpack and go to Delhi, go to Saigon, go to Bangkok, go to Kenya. Have your mind blown. Eat interesting food. Dig some interesting people. Have an adventure. Be careful. Come back and you're going to see your country differently, you're going to see your president differently, no matter who it is. Music, culture, food, water. Your showers will become shorter. You're going to get a sense of what globalization looks like. It's not what Tom Friedman writes about; I'm sorry. You're going to see that global climate change is very real. And that for some people, their day consists of walking 12 miles for four buckets of water. And so there are lessons that you can't get out of a book that are waiting for you at the other end of that flight. A lot of people—Americans and Europeans—come back and go, Ohhhhh. And the light bulb goes on."

—Henry Rollins, "Punk Rock World Traveler," World Hum, November 2, 2011

"Les ruego a los jóvenes que viajen. Si no tienes un pasaporte, obtén uno. Tómame un verano, consigue una mochila y ve a Delhi, ve a Saigon, ve a Bangkok, ve a Kenia. Haz que te vuele la mente. Come comida interesante. Conoce personas interesantes. Ten una aventura. Se cuidadoso. Vuelve y vas a ver tu país diferente, vas a ver a tu presidente de manera diferente, no importa quién sea. Música, cultura, comida, agua. Tus duchas serán más cortas. Tendrás una idea de cómo es la globalización. No es lo que escribe Tom Friedman; lo siento. Verás que el cambio climático global es muy real. Y que para algunas personas, su día consiste en caminar 12 millas por cuatro cubos de agua. Y así hay lecciones que no puedes sacar de un libro que te está esperando en el otro extremo de ese vuelo. Mucha gente -estadounidenses y europeos- se van y regresan, Ohhhhh. Y la lamparita se enciende.

-Henry Rollins, "Punk Rock WorldTraveler", Hum Mundial, 2 de noviembre de 2011

Introducción al tema de estudio

Bertram M. Gordon (2005) introdujo por primera vez la definición de turismo como "curiosidad en movimiento". Se refiere al mismo como un gran medio que, en vivo y en directo, proporciona la oportunidad de satisfacer esa necesidad de saber y descubrir el mundo. Los jóvenes viajan precisamente para "abrir su mente", explorar culturas diferentes a las que pertenecen, en busca de experiencias únicas, ampliar sus conocimientos e interactuar con otras personas con similares motivaciones. Como dice Jafari (2015), los viajes proporcionan a los jóvenes oportunidades de enriquecimiento y desarrollo personal. Les revelan sus debilidades y fortalezas internas, gran parte de lo cual habría permanecido oculto de no haber viajado.

El turismo joven supone una transformación en el mundo del turismo actual. Este sector, ha tomado un importante protagonismo en el mercado internacional y constituye un grupo demográfico muy influyente de viajeros que está transformando el ejercicio de viajar en una parte primordial de sus vidas. Según las estimaciones de la OMT, el 23% de los 1184 millones de turistas internacionales que viajaron por todo el mundo en 2015 eran jóvenes y se espera que la cifra alcance los 370 millones de turistas jóvenes para 2020, con un gasto total superior a 400 billones de dólares.

Sin embargo, el término turismo joven suele ser asociado a una preferencia y estilo de viaje más que a una edad determinada. Éste se caracteriza por altos niveles de movilidad, un espíritu aventurero y por períodos más largos de estadía, aunque limitado por su ajustado presupuesto (Moisa, 2010).

La nueva generación de jóvenes nacidos entre principios de 1980 y finales del 2000 es la llamada '*generación Y*' o '*millennials*' (WYSE, 2014), y ha crecido viendo cómo sus padres sacrificaron su vida personal trabajando al servicio de un modelo de trabajo competitivo y desgastante. En consecuencia, buscan nuevos estilos de vida donde la actividad laboral no desaloje su vida personal ni su tiempo libre bajo el lema "trabajar para vivir, no vivir para trabajar" (PWC, 2011; Randstad, 2015; El País, 2017). En una época de crisis económica generalizada, son renuentes a adquirir bienes materiales de alta gama, permanecen mayor tiempo en la casa de sus padres y abandonan los antiguos esquemas preestablecidos para escapar del "aburrido" mundo de la adultez (Arelleno, 2005; Pendergast, 2010). Esta generación ve a los viajes como una inversión valiosa en su compromiso con su propia felicidad, y emprenden la búsqueda de vivencias que los "enriquezcan" desde otro plano.

Frente a la necesidad de llevar a cabo experiencias emocionantes que despierten los cinco sentidos, surgen nuevas modalidades de turismo populares entre los jóvenes *millennials* que resultan más participativas, involucran a las comunidades locales y que al mismo tiempo permiten a los viajeros afrontar los costos de su estadía como los *work and travel*, *volunteer tourism*, *couchsurfing*, *woofing*, *helpx* y *housesitting*.

A lo largo de esta investigación, el tema que se desarrolla es la generación actual de jóvenes y el turismo. En particular se analizarán los Work and Travel¹, una tendencia en crecimiento entre los jóvenes argentinos que les permite viajar por varios meses a destinos lejanos con la posibilidad de trabajar y solventar sus gastos durante su estancia, gracias a la obtención de visas de Vacaciones y Trabajo. Estos desplazamientos constituyen una nueva forma de movilidad que abarca los dominios del ocio, el turismo y la migración laboral, y en los cuales los límites entre estos se vuelven difusos (Bianchi, 2000).

Diversos factores han permitido la aparición y popularización de estos programas, desde psicológicos, sociales, tecnológicos, económicos y políticos. Junto con las circunstancias, las variables motivacionales son las determinantes más importantes de la conducta del ser humano. Aquí nos interesa estudiar el crecimiento de esta tendencia analizando las motivaciones intrínsecas (factores *push*) y de atracción (factores *pull*) propuestas por Crompton (1979) y las motivaciones de escape y búsqueda elaboradas por Iso-Ahola (1982), que inducen a estos jóvenes a emprender dichos viajes alejándose de sus familias, reduciendo sus pertenencias al mínimo y realizando trabajos en su mayoría informales y poco calificados.

A partir de esta investigación se podrá responder a interrogantes como ¿Qué características diferencian a los jóvenes actuales de las generaciones pasadas? ¿Cómo se ven reflejados estos cambios en los hábitos turísticos? ¿Qué son las visas de Vacaciones y Trabajo? ¿Qué países ofrecen estos programas para argentinos? ¿Cuáles son las motivaciones que llevan a los jóvenes a elegir esta modalidad de turismo? ¿Cuál son los factores que tienen en cuenta los jóvenes en la elección del destino de su Work and Travel?

Con este fin, se dedicará una primera parte del trabajo a la conceptualización del turismo joven y a la descripción de la generación actual de jóvenes llamados *millennials* cuyos comportamientos en materia laboral, económica, social y turística difieren de los jóvenes pasados.

¹ Otras denominaciones: Working Holidays, Work and Holiday, Vacances-Travail, o programa de Vacaciones y Trabajo.

Posteriormente, se desarrollarán las características generales de la modalidad Work and Travel, los países que tienen convenio con Argentina y el crecimiento en la demanda de dichos programas durante los últimos años. Se expondrán las principales ideologías con respecto a la naturaleza de estos desplazamientos que parecen no encajar en la definición tradicional de turismo.

Se estudiarán, a su vez, las motivaciones de este segmento del mercado en base a estudios llevados a cabo en otros países y entrevistas a actores relacionados con estos programas.

Por último, se comprobará lo desarrollado teóricamente con encuestas realizadas a jóvenes argentinos de entre 18 y 35 años que realizaron Work and Travels fuera del país entre 2012 y 2017 y se presentarán las conclusiones finales acerca del tema abordado.

Fundamentación

En los últimos años el número de participantes que realizan programas de Vacaciones y Trabajo ha incrementado notablemente, al mismo tiempo que se han ido diversificando las opciones de países que ofrecen esta visa a los jóvenes argentinos. Es por esta razón que resulta sumamente interesante indagar sobre las motivaciones que llevan a los jóvenes de nuestro país a emprender dicha experiencia.

Los casos que se analizan en esta investigación son aquellos que se dieron en el marco de un acuerdo migratorio bilateral, como son Alemania, Australia, Dinamarca, Francia, Irlanda, Nueva Zelanda y Noruega. También se incluye a los participantes del programa de vacaciones y trabajo a Estados Unidos, cuyo convenio unilateral fue el precursor de esta modalidad en Argentina y el cual resulta hasta el día de hoy el más popular y realizado por los argentinos. Otros casos de jóvenes que realizan actividades de trabajo durante sus vacaciones no son contemplados por la ilegalidad con la que son llevados a cabo o por tratarse de programas específicos con muy baja participación de los mismos.

El material que está disponible con respecto a estas temáticas se basa exclusivamente en las poblaciones de Estados Unidos, Europa y Oceanía y se encuentra únicamente en inglés. Tanto las motivaciones como el impacto de la experiencia en los jóvenes han sido pasados por alto en las investigaciones turísticas de Argentina y Latinoamérica.

A través de esta investigación se busca por primera vez unificar estos contenidos y mostrarlos de manera integral e interrelacionada de manera que la literatura académica mundial se complementa con el análisis de participantes argentinos.

Objetivos

Comprender las motivaciones que llevaron a los jóvenes argentinos de 18 a 35 años a realizar programas de Vacaciones y Trabajo fuera del país entre 2012 y 2017

Objetivos específicos

- Identificar las motivaciones sociopsicológicas y culturales de este segmento en base a la teoría de Crompton
- Identificar las motivaciones de escape y de búsqueda de este segmento en base a la teoría de Iso-Ahola
- Verificar si las motivaciones dentro de este segmento varían según el destino elegido
- Evaluar el grado de satisfacción de los participantes con respecto a sus motivaciones y expectativas iniciales

Metodología

En primer lugar se realizará una revisión bibliográfica sobre textos académicos que analicen el segmento de jóvenes actuales conocidos como '*generación Y*' o '*millennials*', sus conductas turísticas diferenciales y la modalidad Work and Travel como una nueva forma de turismo característica de estos jóvenes. Con este fin se analizarán informes, libros y publicaciones, vinculados con el tema en cuestión.

En segundo lugar, se recabará información sobre el crecimiento de esta tipología de turismo a lo largo de los últimos años. Con ese fin, se analizará el proceso de incorporación de países que fueron estableciendo acuerdos con Argentina, la ampliación de los cupos de visas y el aumento en la presentación de solicitudes a dichos programas. Por medio del contacto con embajadas y entes turísticos se recopilarán cifras sobre la cantidad, promedios de edad y procedencia de los participantes. A continuación, se analizará la conexión entre turismo, trabajo y migración según el propósito del viaje.

Posteriormente se identificarán los factores que inducen a los jóvenes a realizar los Programas de Vacaciones y Trabajo basados en las teorías motivacionales de Crompton e Iso-Ahola, por medio de entrevistas estructuradas a sujetos relacionados con los programas.

Por último se llevarán a cabo encuestas a participantes de programas de Vacaciones y Trabajo para contrastar su testimonio con lo desarrollado previamente y profundizar el entendimiento sobre sus motivaciones.

Marco Teórico

Turismo y Trabajo

Dado que este trabajo se centrará en los jóvenes argentinos que realizan experiencias de Vacaciones y Trabajo en el exterior, resulta fundamental aclarar algunos conceptos en torno a la situación de estos viajeros cuya implicancia en actividades laborales los apartan del concepto de turista tradicional.

Históricamente el turismo y el trabajo han sido vistos como conceptos contradictorios y excluyentes entre sí. Por ejemplo Graburn (1989) afirma que "nuestra concepción del turismo es que no es el trabajo". Igualmente Urry (1990) sugirió que el turismo es una actividad de ocio cuyo opuesto es el trabajo regulado y organizado. Oglivie (1934), por su parte, se enfocó en el rol del turista y lo define como un consumidor más que como un productor.

Sin embargo, las contribuciones sociológicas recientes dan cuenta de los cambios asociados a la sociedad postindustrial y la aparición de nuevos patrones más fragmentados y diversos de trabajo, ocio y consumo. Existe cierta evidencia que sugiere que pueden haber modelos de movilidad emergentes que no corresponden a las categorías convencionales de migración laboral, ni de turismo y que son sintomáticos de los límites borrosos que existen entre el trabajo y el ocio (Bianchi, 2000).

El punto de partida en el abordaje de la interacción entre los campos del turismo y el trabajo, fue llevado adelante por Pape (1965), quien creó el término en inglés "touristry" en referencia a "una forma de viaje que depende del empleo, pero sólo en el sentido secundario que sirve al objetivo primario, el viaje mismo". Años más tarde Cohen (1973) aportó un nuevo punto de vista y señaló que muchos viajeros de negocios, conferencistas, diplomáticos, atletas, pilotos que viajan por trabajo pueden ser considerados turistas parciales ya que combinan sus actividades laborales con actividades turísticas en su tiempo libre.

Estos dos enfoques demuestran que existen diversas relaciones entre turismo y trabajo, según si el propósito del sujeto es mayormente económico o placentero. A partir de esta diferenciación, Uriely (2001) elaboró una clasificación más detallada de cuatro tipos de viajeros en función de su relación entre el trabajo y el turismo.

- **Trabajadores profesionales itinerantes:** Viajan principalmente para ejercer su trabajo y participan en actividades orientadas al turismo sólo como un subproducto de sus viajes. La movilidad que resulta de sus profesiones es uno de los motivos de su elección, no obstante se considera que estos individuos suelen "viajar para trabajar" en lugar de "trabajar para viajar".
- **Trabajadores migratorios del turismo:** viajan para ganarse la vida, pero sólo a lugares turísticos populares donde se dedican al empleo estacional, dado su orientación al placer. Como la mayoría de los migrantes laborales, suelen irse de sus ciudades de origen por razones económicas como la falta de empleo bien pago, pero incluyen en su búsqueda de trabajo, un estilo de vida relajado y divertido.
- **Los turistas no institucionalizados que trabajan:** trabajan mientras viajan para financiar su viaje. Estos viajeros tienden a mantener un gasto bajo como resultado de su deseo de experimentar un viaje a largo plazo combinado con limitadas comodidades. Sin embargo suelen involucrarse en trabajos manuales

poco calificados y muchas veces desagradables, con el solo objetivo de ganar dinero para prolongar su viaje. En la literatura turística reciben diversos nombres como: vagabundos, nómadas, mochileros, viajeros de bajo presupuesto a largo plazo, etc.

- **Turistas *Working Holiday***: el trabajo es parte de su experiencia turística. Estos viajeros son los que presentan la orientación más turística en la relación entre trabajo y turismo. Los turistas *Working Holiday* son menos propensos a tener un enfoque mercenario hacia su participación en el trabajo y más propensos a entenderlo como una actividad recreativa.

Los dos primeros, constituyen un grupo al que llamó "travelling workers" (trabajadores viajeros) cuyo objetivo es mayormente económico y los dos últimos los categoriza como "working tourists" (turistas trabajadores) para los cuales el trabajo es una herramienta y un componente de su principal objetivo, el turismo.

	Tipos de Viajeros			
	Trabajadores viajeros		Turistas trabajadores	
Dimensiones de comparación	Trabajadores profesionales itinerantes	Trabajadores migratorios del turismo	Los turistas no institucionalizados que trabajan	Turistas <i>Working Holiday</i>
Trabajo y motivaciones turísticas	Viajan para ejercer su trabajo. Participan en actividades relacionadas con el turismo como un subproducto de su viaje.	Viajan para "ganarse la vida" y divertirse al mismo tiempo.	Trabajan a fin de financiar su viaje prolongado	El trabajo es concebido como una actividad recreativa como parte de la experiencia turística
Características del trabajo	Profesional y oficial o por negocios. Relacionado con su carrera. Repetitivo. Prestigioso y bien pago.	Cualificados o semi-cualificados en la economía del turismo. Trabajo repetitivo de temporada. Empleo no garantizado y mal remunerado	Mano de obra no calificada, usualmente empleada en trabajo manual desagradable. Empleo ocasional mal remunerado y sin prestigio.	Mano de obra no calificada pero usualmente recreativa. Trabajo extraordinario. Trabajo no remunerado.
Perfil demográfico	Adultos clase media o media-alta	Clase media-baja, solteros de clase trabajadora y adultos sin compromisos. Periódicamente desempleados en sus sociedades de origen	Jóvenes adultos de clase media	Jóvenes adultos de clase media

Fuente: Uriely (2001)

Así, es posible distinguir una forma particular de movilidad asociada al turismo, pero que combina períodos laborales que van desde el trabajo manual (por ejemplo, la construcción), en servicios (la restauración y la hotelería), hasta el trabajo remoto (diseño, marketing, programación, *bloggers*), con el fin de garantizar períodos prolongados de viaje y ausencia semipermanente de sus países de origen.

Los dos tipos de "turistas trabajadores" presentados en esta clasificación de Uriely son generalmente jóvenes de clase media, muchos de los cuales han alcanzado altos niveles educativos. Dentro de esta categoría es que se encuentra nuestro segmento de interés, los *working holiday tourists* o también conocidos como *working holiday makers*, que bien podría traducirse como turistas de vacaciones trabajadas.

Cohen (1973) fue el primero en utilizar el término "Working Holidays" (vacaciones trabajadas) en referencia a una forma especial de turismo "en la cual jóvenes de un país viajan a otro para trabajar por períodos cortos de tiempo, sobre todo durante las vacaciones escolares de verano". Wilson, Fisher and Moore sacaron de foco el hecho laboral y proporcionaron una nueva perspectiva sobre las Working Holidays que típicamente "implican estancias prolongadas en otros países por "holidaymakers" con consecuente inmersión, en diferentes grados, en las dimensiones económicas, sociales y culturales de los lugares de acogida". Este último aporte es importante si tenemos en cuenta que la mayoría de estos viajeros permanece en un destino por un período mayor que el del mochilero o vagabundo tradicional.

La diferencia entre estos viajeros y los no institucionalizados que trabajan se basa en una clara percepción en cuanto a la satisfacción con la que se vive al trabajo dentro de la experiencia turística general. Sin embargo, la etiqueta que proporciona la obtención de una visa Working Holiday no implica directamente este sentimiento, que es puramente individual de cada joven.

Motivaciones que intervienen en el deseo de viajar y elección del destino

Varias teorías han sido desarrolladas y un número de modelos han sido diseñados para entender las motivaciones humanas. Etimológicamente, el término motivación procede del latín *motus*, que se relaciona con aquello que moviliza a la persona para ejecutar una actividad.

En sus comienzos, la psicología con influencias de la fisiología, abordó la motivación como algo que surgía desde nuestro interior. La «teoría del impulso» entendió al cuerpo humano como un sistema homeostático que trataba de mantener constantemente un estado de equilibrio. Según esta teoría, determinados sucesos (frío, hambre, miedo) al alterar este balance homeostático del organismo generaban un estado de tensión o necesidad que provocaba a su vez un impulso a actuar con el objetivo de restaurar dicho equilibrio.

Años más tarde, esta perspectiva humanista y biológica perdió valor para dar lugar a nuevos enfoques como la perspectiva conductual y cognitiva (Naranjo Pereira, 2009).

Längle (en Gengler, 2009), en su análisis existencial del hombre, sostiene que la Fuerza Pulsional no es la única fuerza que existe en él, sino que además desde el ámbito libre inherente a todo ser humano y toda situación, surge una Motivación que no es deducible a una concepción exclusivamente pulsional. Esta última puede reconocerse porque desde ella, la persona se siente empujada hacia aquello que satisface su necesidad. En cambio, la Fuerza Motivacional es vivenciada por el ser humano como ser atraído por aquello en la situación que él valora y que al configurarse como una decisión, se trata de un movimiento que es siempre libre, al menos en algún grado. La Fuerza Pulsional surge desde la Dimensión Somato – Psíquica², mientras que, la Fuerza Motivacional no es totalmente reductible a este ámbito, sino muy por el contrario, necesita además de la Dimensión Noética para poder ser plenamente comprendido.

² Längle considera que el ser humano tiene principalmente tres dimensiones:

Dimensión Somática: constituida por todo el ámbito biológico y corporal del ser humano.

Dimensión Psíquica: constituida por toda la realidad psicodinámica del ser humano.

Dimensión Noética (del griego Nous: significa "Espíritu"): se trata de ámbitos del alma humana que no pueden ser sometidos a un reduccionismo biológico, ni a un reduccionismo psíquico. Pueden desde un punto de vista filosófico, considerarse pertenecientes a una dimensión que trasciende las otras dos dimensiones y, que por tal razón puede bien denominarse una dimensión espiritual.

La motivación es un aspecto de enorme relevancia en las diversas áreas de la vida, como un elemento central que conduce lo que la persona realiza y hacia qué objetivos se dirige. La motivación es definida por la psicología como un estado o proceso interno que activa, orienta y mantiene la conducta hacia metas o fines determinados (Porrás Velasquez, 2014)

Dentro del ciclo turístico, la motivación permite dar respuesta a tres cuestiones esenciales: las razones para viajar o por qué; la elección específica o dónde; y su valoración post-consumo o satisfacción (Castaño, Moreno, García y Crego, 2003)

La base teórica del presente estudio surge de la doble clasificación de los motivos turísticos desarrollada por Crompton (1979): Los factores de empuje o *push* y los factores de arrastre o *pull*. Los de empuje serían aquellos que se relacionan con la decisión de viajar mientras que los de arrastre son los responsables de la elección de destino. El origen de la mayoría de los factores de empuje se encuentra principalmente en el propio sujeto, tienen que ver con los intangibles deseos intrínsecos del viajero. Por el contrario, los factores de arrastre surgen como resultado del atractivo del destino, su imagen generada por el marketing y la percepción de otros viajeros. No solamente incluye los recursos tangibles sino que cuenta también con las oportunidades que ese lugar le ofrece al turista en el proceso de satisfacción de deseos de distinta naturaleza.

Según Crompton, los factores *push* son motivaciones sociopsicológicas y existen 7 dentro de esa categoría. En cuanto a los factores *pull*, él los denomina motivaciones culturales y las divide en 2 clasificaciones.

1. MOTIVACIONES SOCIOPSICOLÓGICAS (CROMPTON, 1979)	
Escape del ambiente cotidiano	Se trata de un cambio temporal de ambiente, que puede referirse al lugar de residencia, al hogar o al entorno laboral. En suma, el turista buscaría que los destinos fuesen diferentes con respecto a su entorno habitual tanto física como socialmente.
Exploración y evaluación del yo	El componente de novedad física y social presente en las vacaciones hace que éstas sean una oportunidad para que el turista explore su propia identidad y para el autodescubrimiento, así como para poner en práctica imágenes sobre sí mismo y evaluarlas.
Relajación	Se refiere fundamentalmente a la relajación mental que deriva por ejemplo de la práctica de hobbies e intereses que no se pueden desarrollar en la vida diaria, más que a la relajación física. Esta última no siempre tiene lugar en las vacaciones y así, algunos de los sujetos entrevistados por Crompton afirmaban regresar agotados a su lugar de residencia tras el periodo vacacional.
Prestigio	Viajar es símbolo de un estilo de vida superior, si bien llegada la democratización del acceso a medios de transporte y la generalización del turismo cada vez este halo de status asociado al viaje se hace más difuso.
Regresión	Se produce en dos sentidos: por un lado, las vacaciones suponen una ruptura con los roles y obligaciones cotidianas y facilitan un tipo de comportamiento que podría calificarse de irracional, pueril o adolescente; por otra parte, el turista también podría estar motivado por el deseo de retornar a una época donde el estilo de vida era más simple, lejos de la complejidad e incertidumbre de la actual sociedad altamente tecnificada.
Mejora de las relaciones de parentesco	Las vacaciones constituyen una oportunidad para reunir a miembros de una familia y enriquecer las relaciones entre ellos. El viaje y la estancia suponen un incremento de la proximidad física y de las posibilidades de interacción (p. ej. desplazamientos familiares en automóvil).
Facilitación de la interacción social	Crompton afirma que existen viajes más orientados a las personas que a los destinos. En efecto, las vacaciones son un tiempo propicio para conocer gente nueva y así intercambiar opiniones, extender el número de contactos sociales o simplemente disfrutar de gente que no es familiar. También puede existir el deseo de interaccionar con la población local (anfitriones), si bien —según concluye Crompton en base a sus datos— lograrlo reviste algunas dificultades y muchos turistas acaban relacionándose con otros turistas. La cercanía en el alojamiento y el participar en viajes organizados son factores que facilitan la interacción social. Respecto de los viajes organizados, en ellos operan una serie de elementos que propician este hecho: compartir experiencias, proximidad física, existencia de individuos con intereses comunes en el grupo o la incorporación al grupo de nuevos miembros que son introducidos por individuos ya miembros.

2. MOTIVACIONES CULTURALES (CROMPTON, 1979)	
Novedad	Se identifica con la curiosidad, la aventura, la búsqueda de lo nuevo y diferente y sobre todo, en el sentido de vivir una nueva experiencia (con cierta independencia del grado de conocimiento que se tenga del destino). No obstante, existen casos en los que el viajero elige destinos que ya le son habituales. Crompton lanza tres hipótesis para explicar este hecho: a) pueden ser individuos que tratan de satisfacer necesidades sociopsicológicas más que motivos culturales; b) adoptan una estrategia conservadora para reducir el riesgo de que un destino poco familiar no resulte tan satisfactorio como el ya conocido y c) pueden verse condicionados por el miedo a lo desconocido. Así, en el turista podría darse una combinación de búsqueda de lo nuevo y de estrategias de minimización de riesgos ante lo diferente. Entre estas estrategias, Crompton cita los viajes organizados y la exposición gradual a situaciones novedosas, tomando como punto de partida lo ya conocido.
Educación	Se caracteriza el viaje turístico como una forma de satisfacer necesidades educativas y de adquirir un bagaje cultural, llegando a considerarse prácticamente una obligación moral el conocer aquellos lugares que son particularmente accesibles a los sujetos.

Fuente: Castaño Blanco, J.M., Moreno Sáez, A., García Dauder, S. y Crego Díaz, (2003)

En estudios posteriores a esta primera clasificación, Crompton reconsidera que más allá que los factores *push* anteceden en concepto y tiempo a los factores *pull*, estos últimos también pueden influenciar la elección del destino. Estos cambios en la teoría original tienen que ver con lo que plantea Iso-Ahola (1982) en relación a dos fuerzas motivacionales que identifica como el escape y la búsqueda. El escape se relaciona con el deseo de huir del entorno habitual, y la búsqueda persigue la recompensa psicológica o intrínseca como respuesta del cambio de ambiente que provoca el viaje. De esta forma, esta reformulación contempla que los factores de arrastre pueden ser recompensas intrínsecas de tipo sociopsicológico, en contraste con el planteo tradicional de factores pull y características del destino.

Iso-Ahola toma estos dos factores y les suma cuatro dimensiones: El escape personal, el escape interpersonal, la búsqueda personal y la búsqueda interpersonal. El primero tiene que ver con el alejamiento de las rutinas cotidianas para intentar cambiar el estado de ánimo, mientras que el segundo se centra más en el contexto social incómodo, y las personas que lo provocan, del cual el viajero se aleja. El tercero se relaciona con la experimentación de situaciones que el viajero considera agradables y hacen que sienta bien consigo mismo. Por último, la búsqueda interpersonal apunta a viajar para sentirse bien pero lo plantea a través de la interacción social con otros viajeros o locales.

Ambas teorías, la de Crompton y la de Iso-Ahola, son consideradas las bases más populares a la hora de indagar empíricamente sobre los motivos turísticos de los distintos segmentos del mercado. No hay que olvidar igualmente que el turista orienta su conducta en función de una pluralidad de motivos que actúan de forma combinada y la mayoría de las veces de forma incomprensible. La motivación es cada vez más compleja y, la toma de decisiones del turista no sólo proviene de su interior como un hecho individual, sino que existen otros aspectos que intervienen en ella como las experiencias previas, las influencias sociales y culturales (Gongora, 2015; Nusbaum & Sen, 2002), y una cantidad siempre creciente de información sobre todos los destinos y actividades (Castaño, Moreno, Garcia y Crego, 2003).

Krippendorf (1987) plantea, de hecho, una inabarcabilidad de todos los motivos que incitan al viaje y la práctica turística ya que entiende que hay múltiples aspectos en juego, tanto racionales e irracionales, conscientes e inconscientes, externos e internos, etc.

Un antecedente interesante en el estudio de las motivaciones de jóvenes que hacen experiencias de Vacaciones y Trabajo en el exterior es el llevado a cabo por Inkson & Myers (2003). Por medio de diversas entrevistas a neozelandeses que realizaban el programa Overseas Experience en Inglaterra (una modalidad de Work and Travel entre esos países) lograron identificar ciertas motivaciones de los participantes. Como ilustra el siguiente gráfico, las clasificaron según su connotación positiva, neutral o negativa.

Reasons given for undertaking OE (number of participants mentioning)

Reason given	Number of mentions	Total
Social attraction (positive)		
Overseas family connections	10	
Imitation - "friends doing it"	10	
Specifically suggested by family/friends	10	
Overseas connections, non-family	5	35
Exploration (positive)		
Travel/other cultures/"see the world"	21	
Adventure/excitement/fun	8	29
Escape (negative)		
From boredom/life in NZ/narrow way of living	13	
From job	4	
From relationship	3	20
Predisposition: "I always wanted/intended to do it" (positive)	16	16
"Needed a break/change" (positive and negative)	11	11
Timing: "It seemed like the right time to go" (e.g. relationship breakdown, getting too old to claim visa) (negative)	10	10
Specific overseas opportunity (positive)		
Education	3	
Work	3	6
Impulse (neutral)	2	2
General career development (positive)	2	2
Earn money (positive)	1	1
Total	121	121

Fuente: Kerr Inkson and Barbara A. Myers (2003) "The big OE": self-directed travel and career development

Entre las motivaciones positivas más significativas se encontraban las sociales. Estos viajeros elegían realizar un OE por la presencia de familiares y conocidos en ese país, por sugerencia de los padres o imitar a sus amigos. En segundo lugar, las razones aludían a la curiosidad de explorar otras culturas, "ver el mundo" con sus propios ojos coleccionando aventuras y diversión en el camino. Esto último impulsado por el deseo de huir del aburrimiento y la forma de vida monótona de la isla, del trabajo y las relaciones anteriores. Yang & Wen (2016) por su parte analizaron las motivaciones de participantes chinos en Nueva Zelanda y Yoon (2014) puso especial atención en las transformaciones etno-raciales por las que pasaban los participantes coreanos en su Working Holiday Canadá, ante la "mirada blanca".

Sin embargo, tanto las motivaciones como el impacto de la experiencia en los jóvenes han sido pasados por alto en las investigaciones turísticas de Argentina y Latinoamérica. Esta tesis busca lograr una aproximación hacia la comprensión de esta multicausalidad en la decisión de los jóvenes argentinos que realizan experiencias de Vacaciones y Trabajo en el exterior.

Capítulo 1

Turismo joven: evolución del concepto y tendencias actuales

Contrario a la objetividad de las estadísticas turísticas que encasillan al turista joven como aquel individuo de entre 15 y 29 años, el concepto de turismo joven está ligado más a un estilo de viaje que a una edad determinada. A diferencia de la forma de turismo tradicional, el turista joven aunque limitado en sus ingresos, abunda de tiempo libre por lo que realiza viajes por períodos más largos de tiempo que, en general, combina con experiencias de estudio o trabajo (UNWTO & WYSE, 2016). En promedio, el período de tiempo que permanecen en un destino es de 63 días, y aunque el gasto diario sea menor al de otros segmentos (alrededor de USD 20 por día), los gastos totales de sus viajes superan al de otros mercados por su larga estadía (Richards & Wilson, 2003).

Es por esto que el mercado del turismo joven está llamando la atención de diversas organizaciones y destinos que ven en este segmento una oportunidad económica y a su vez un medio de promoción turística, ya que es reconocido que estos jóvenes actúan como *influencers* que logran poner de moda los próximos destinos. Estos jóvenes suelen ser los pioneros que encuentran lugares menos masivos impulsados por su deseo de vivir experiencias auténticas con un alto contenido social. De esta manera pueden experimentar sus viajes como locales, adentrándose en la comunidad receptora para un mayor entendimiento de la cultura.

Gallo (2014) afirma que "el turista joven no es un sujeto pasivo al que se le muestran las bellezas exóticas de un lugar remoto, encerrado en su urna de cristal, sino que es un sujeto activo que interacciona con las personas del lugar, participa de su cultura cotidiana y sacrifica temporalmente el confort al que está habituado". Este concepto coincide con el estudio llevado a cabo por Richards & Wilson (2003) subtítulo "Today's Youth Travellers: Tomorrow's Global Nomads", en el cual más de la mitad de los encuestados se identificó como viajero, un tercio como mochileros, y solo un quinto como turistas. Lo cual confirma su pensamiento de que los jóvenes presentan un rechazo por la tradicional etiqueta de turistas (*'not a tourist' self-identity*).

Los turistas de corta estancia no suelen comprometerse a su nueva ubicación (Ward, Bochner y Furnham, 2001) ya que sus objetivos rondan entorno a la relajación y ocio (Jandt 2001 en Brown 2009); el cambio en la perspectiva personal y cultural es menos probable en el turista de masas o de negocios cuyo contacto e inmersión en la cultura local es a menudo limitado (Hottola 2004, Muzaini 2006, en Brown 2009)

Los viajeros, en cambio, tienden a ajustarse a las normas y prácticas culturales del destino, lo cual les permite alcanzar un entendimiento más profundo, desarrollar otro punto de vista, abrir su mente, expandir sus horizontes y convertirse en personas más tolerantes (Gudykunst 1998 en Brown 2009). Al respecto Jafari (2015) considera que "la comparación que los viajes permiten hacer entre lo nacional y lo internacional, puede hacer apreciar mejor la cultura inmediata. Pero a su regreso, el punto de referencia de los jóvenes se habrá extendido más allá de su entorno local. Esto permite a los jóvenes desarrollar a la vez una "visión del mundo"

Pero para este colectivo, la principal motivación al viajar no sólo es explorar otras culturas (83%), y tener experiencias emocionantes (74%), también poder incrementar su conocimiento y adquirir nuevas habilidades (69%). Muchos jóvenes toman estos viajes como una última etapa en su proceso de independización, como una especie de rito de iniciación hacia la vida adulta, poniendo a prueba su madurez y su capacidad

de solucionar problemas fuera de su "zona de confort" (Inkson & Myers, 2003; Robertson, 2014; Jafari, 2015).

De esta manera, viajar es una parte importante de crecer, creando nuevas identidades personales (Gallo, 2014). Pearce and Foster (2007), incluso sostuvieron que el aprendizaje producto del viaje representa un paralelismo con la educación formal que se adquiere en el secundario y la universidad. Jafari (2015) por su parte, considera que "viajar, junto con otros métodos al efecto, puede suponer una cierta alternativa a los libros de texto [...] que brinda mayores oportunidades para que los jóvenes se preparen como ciudadanos tanto en sus respectivos países como en el marco mundial".

Los intercambios culturales entre los jóvenes, como hoy los conocemos, comenzaron a desarrollarse después de la Segunda Guerra Mundial, cuando empezaron a surgir las primeras organizaciones cuyo principal objetivo era facilitar las reuniones entre jóvenes de diferentes nacionalidades para evitar futuros conflictos. Estas prácticas comenzaron a tomar mayor fuerza con el desarrollo de las comunicaciones y la difusión de la información.

Cada vez es más popular que los jóvenes europeos se tomen un *Gap Year Travel*, lo que supone un año sabático, usualmente luego de terminar el secundario o la universidad, en el que recorren diversos destinos del continente o incluso del mundo. También los neozelandeses y en menor medida los australianos emprenden *The Big OE (Overseas Experience)*, una experiencia que consiste en viajar generalmente a Londres u otras ciudades del Reino Unido, que alguna vez colonizó sus tierras, para permanecer durante un año o dos. Sin embargo también están los que optan por salir de su comodidad de países desarrollados y quieren aventurarse en sociedades del tercer mundo, a veces desorganizadas, con gran desigualdad social, inseguridad y una infraestructura empobrecida. De esta manera, muchos deciden que Sudamérica, Asia o África son el destino perfecto para poner en prueba sus habilidades y por qué no, aprender otro idioma.

Gap Year Travel, *Overseas Experience*, o año sabático son sólo algunos de los nombres que se le atribuye a este impasse en la vida educativa o laboral que suelen realizar los jóvenes antes de "sentar cabeza". Estas modalidades, aunque contemporáneas en su forma y popularidad, son una especie de *revival* del Grand Tour de los siglos XVII y XVIII cuando los jóvenes europeos de clase alta emprendían largos viajes por aquel continente a fin de completar su educación, establecer lazos sociales importantes, cultivarse con el arte y la cultura europea, adquirir buenos modales y lograr el desarrollo personal.

La generación de jóvenes actuales: Los *millennials*.

La generación que ahora está impulsando la demanda de viajes para jóvenes es la llamada *generación Y* o *millennials*. El término generación se utiliza para referirse a aquellas personas nacidas dentro del mismo intervalo de tiempo, aproximadamente de 20 años y que comparten una serie de características comunes en base a los acontecimientos históricos, las condiciones políticas, económicas y sociales, avances tecnológicos, y otros cambios que ocurrieron durante sus años de formación (Noble and Schewe, 2003; Gursoy et al., 2008; Reeves & Oh, 2008).

Diversos autores hacen referencia a los *millennials*, sin embargo no existe un consenso respecto de la fecha exacta de cuando comienza y termina esta generación.

La mayoría de los investigadores utilizan años de nacimiento que van desde la década de 1980 a principios de 2000, tomando muchas veces como referencia el incremento en las tasas de natalidad en el mundo después de un período de decadencia.³ Por esta razón, algunos se refieren a este segmento como New Boomers o Echo Boomers.

Mientras que los eventos externos son experimentados por todas las personas en el mismo momento, estos son más críticos para las personas en sus años de formación y crea en ellos una visión del mundo que puede afectar su sistema de valores, sus creencias, los intereses y su forma de ver e interactuar con su entorno (Benckendorff Pendergast, 2010). A medida que se desarrollan, los miembros de una generación explorarán, a su vez, los valores de sus mayores, aceptando algunas ideas, modificando otras y rechazando aquellos valores con los que no se identifican. Las características de las generaciones se utilizan luego para construir patrones comunes como pautas de consumo, esquemas familiares, conductas y actitudes para trabajar, interés en la política, y otros comportamientos que suelen ser comunes a este grupo de personas y que los diferencian de las generaciones pasadas.

En cuanto a los factores que han influido en la *generación Y* cabe mencionar los siguientes:

-La niñez, adolescencia y juventud de esta generación está marcada por el terrorismo como ninguna otra generación anterior potenciado por la exposición de estos ataques prácticamente al instante mediante los medios de comunicación masivos (Pendergast, 2010). Algunos con gran repercusión como el atentado a las Torres Gemelas el 11 de Septiembre de 2001 conocido como el atentado más grande de la historia con un saldo de 3 mil muertos y los actuales ataques terroristas del Estado Islámico (ISIS).

- Los *millennials* han sido criados en la sociedad de consumo. Sin embargo afrontan las crisis de finales de la década 2000 de Europa y Estados Unidos en su momento de independización y entrada al mercado laboral. En el marco de una economía inestable, invierten una gran parte de su tiempo en encontrar el producto correcto al mejor precio, son renuentes a comprar bienes de alta gama, como casas y automóviles por los altos costos, así como a embarcarse en compromisos de largo plazo tales como hipotecas y créditos personales (Arellano, 2015). Como resultado de la crisis financiera esta generación ha aprendido a compartir con el objetivo de alcanzar el nivel de vida deseado con menos dinero. A esto se le llama economía compartida y está basada en el consumo colaborativo a través del intercambio y el beneficio mutuo (Arellano, 2015; Canaley, 2015). Hoy en día, la economía compartida es un éxito entre los *millennials* que desarrollaron una visión anti-capitalista y que encuentran en ella un sentido de comunidad, sostenibilidad y originalidad.

- Es la primera generación que crece en la Era Digital o Era de la Información, por esta razón algunos autores optan por la denominación *Net Generation*. Su formación transcurre en los años del auge de la revolución digital caracterizados por el incremento en el uso de estas tecnologías. La transición de la actividad industrial a la economía basada en los conocimientos y la información, y de la imprenta al multimedia son los cambios más significativos en la sociedad en el último tiempo (Pendergast, 2010). Los nativos digitales se sienten cómodos con las tecnologías y hacen pleno uso de las mismas, descargan contenido, chatean, postean fotos, interactúan con otros usuarios etc. Estos jóvenes, acostumbrados a la innovación

³ Año de Nacimiento de los Millennials según diversos autores:

Jeff Fromm (2013): 1977 - 2000; **Sheahan (2005):** 1978 - 1994; **Greenberg & Weber (2008):** 1978 - 2000; **McCrinkle (2006):** 1980 - 1994; **Schooley (2005):** 1980 - 2000; **Mangold & Smith (2011):** 1981 - 1994; **Lancaster (2002):** 1981 - 1999; **Strauss & Howe (2010):** 1982 - 2000; **Pendergast (2010):** 1982 - 2002; **Carlson (2008):** 1983 - 2001

desde temprana edad, poseen una naturaleza adaptativa y flexible. Son reconocidos por ser *multitasking*, es decir, son capaces de realizar diversas tareas y manejar mucha información a la vez, por lo que exigen una respuesta gráfica, lúdica e inmediata en la web (McMahon and Pospisil, 2005; Fields et al., 2008 en Pendergast, 2010).

-Como consecuencia de la Era de la Información devino la Era de la Globalización. Esto significa la eliminación de límites geográficos y un sentimiento de proximidad con el resto del mundo. Los conceptos toman nueva forma, de modo que los amigos son los miembros con los que nos relacionamos en una red social y relativamente desconocidos, y el barrio es hoy en día la comunidad digital mundial. Como consecuencia, los *millennials* presentan una actitud más positiva e inclusiva en relación a la multiculturalidad y otros tipos de diversidad como la religiosa, ideológica o sexual entre otras. Esta pérdida de las fronteras se refiere también al acceso a los conocimientos al alcance de todos a través de la *World Wide Web*, *ebooks*, diarios digitales y enciclopedias virtuales (Pendergast, 2010). El gran tráfico de información sobre la realidad de espacios geográficamente lejanos, permite a su vez, la simpatía y participación a causas ajenas como la Primavera Árabe o la crisis de los refugiados sirios.

Todos estos eventos y cambios claves en su edad formacional han modelado a la generación en todos sus aspectos. Muchos autores los denominan Peter Pan o *kidults*, ya que abandonan los antiguos esquemas establecidos (estudiar, trabajar, casarse, tener hijos y jubilarse), retrasan sus obligaciones sociales y culturales y renuncian a la estabilidad para escapar del "aburrido" mundo de la adultez. Estos jóvenes permanecen en la casa de los padres por mayor cantidad de años, postergando su emancipación, en parte por la inestabilidad laboral y los elevados precios de las viviendas, pero también por el deseo de evitar los compromisos y su visión individualista (Fernandez, 2010). Además, vivir en la casa de los padres no sólo implica comodidad para los *millennials*, sino que funciona como herramienta de ahorro para destinar el dinero para los verdaderos gustos, entre ellos viajar.

Con la inserción de esta generación en el mercado laboral, de forma que comienzan a sustituir a los *babyboomers*, se puede observar una forma muy distinta de plantear su vida profesional. Tanto la *generación X* como los *millennials*, experimentaron la caída del paradigma donde una persona tenía un trabajo en una compañía hasta su jubilación. Los *millennials* buscan incansablemente el trabajo de sus sueños, y no temen renunciar y quedar desempleados si no están satisfechos con su situación laboral. Concretamente, un estudio de Deloitte (2016) asegura que el 67% de los *millennials* argentinos planea dejar su empleo dentro de los próximos 5 años. Para estos jóvenes la empresa cubre tan sólo uno de los aspectos de su vida y es un medio que les permite alcanzar la meta que se han establecido, ser felices (Calderon, 2014). Existe un cambio de prioridades, en el que el balance entre el trabajo y la vida personal es fundamental, "trabajar para vivir, no vivir para trabajar". Los *millennials* consideran la capacitación y las oportunidades de desarrollo profesional por encima de los valores de la empresa y muchas veces es más apreciado tener tiempo libre para descansar y la flexibilidad laboral que un ingreso adicional (PWC, 2011).

Estos valores, en conjunto con la inestabilidad laboral y el desprecio por las reglas de juego de las empresas tradicionales, ha llevado a que esta generación tome como bandera la figura del emprendedor. Éste se presenta como un modelo de negocio que les permite perseguir sus pasiones, ser sus propios jefes y plasmar su visión en el mundo. Los emprendedores *millennials* no tienen problema en trabajar con personas de cualquier edad o generación siempre que sea en el marco de la igualdad y el respeto mutuo. El emprendedor toma un puesto casi de *celebrity* con figuras como la de Mark Zuckerberg, Santiago Bilinkis y Steve Jobs como modelos a seguir. Las

historias de personas que han abandonado su trabajo en multinacionales para fundar su *start up* y perseguir sus sueños son moneda corriente en las conversaciones de esta generación y contribuyen a la mitología emprendedora.

Hábitos turísticos de los *millennials*

Los *millennials* transitan su juventud en un mundo donde viajar es cada vez más sencillo y relativamente más económico que para las generaciones pasadas. Esta generación de jóvenes se insertó en la actividad turística al mismo tiempo que las compañías aéreas *Low Cost* y las plataformas de venta online por lo que son expertos en hacer uso de estas nuevas herramientas. Debido a su limitado poder adquisitivo, para el 80% de los *millennials*, el precio es el factor principal para concretar una reserva (WYSE, 2014). Incluso algunos deciden sus próximos destinos en función de las ofertas, o se unen al itinerario de otros viajeros compartiendo un auto y así economizar sus gastos. Esta plataforma llamada Blabacar, junto con Uber, Eatwithy Airbnb son los preferidos de los *millennials*, que encuentran en la economía colaborativa un medio para relacionarse con locales que actúan como anfitriones y otros turistas en el camino (Hostertur, 2016). Incluso, 55% de los *millennials* encuestados por WYSE en su estudio *Millennial Traveller* indicó que su motivación al viajar es interactuar con los residentes de un destino, 46% desea experimentar la vida diaria del sitio al que viajan y 43% quiere aumentar su conocimiento. El deseo de conocer ciudades nuevas incluye a todos los miembros de esta generación, inclusive aquellos más adultos que ya se encuentran insertos en el mercado laboral y encuentran en los viajes de negocios una oportunidad para extender su estadía y transformarlo en una escapada (Hilton Hotels Survey, 2013).

Esta generación no sólo se caracteriza por viajar mayor cantidad de veces y por periodos de tiempo más largos, sino que además se animan a visitar destinos más lejanos y desconocidos. Son distinguidos por ser viajeros audaces ya que a diferencia de otras generaciones, se animan en mayor medida a viajar a destinos de alto riesgo y afectados por enfermedades o desastres naturales. Incluso muchos de ellos se sienten atraídos por la posibilidad de realizar una acción solidaria y de reconstrucción que resulte significativa para la sociedad (OMT, 2011). Así mismo, valoran a las marcas comprometidas social y ambientalmente, ya que crecieron teniendo conciencia del cambio climático, las guerras, y la desigualdad social. Pero por sobre todas las cosas, quieren marcas innovadoras, que los identifiquen y que no los engañen con publicidad masiva. Aquellas que triunfan entre los miembros de la *generación Y* son las que escuchan a esta generación y proporcionan una respuesta rápida.

Como nativos digitales, esta generación está constantemente conectada a través de sus dispositivos móviles en todo momento y durante todo el proceso del viaje: planificación, reserva, realización del viaje y regreso. Estos jóvenes utilizan las redes sociales para encontrar el producto que se ajuste a su presupuesto, consultar las recomendaciones de otros viajeros y calificar y compartir sus experiencias tanto positivas como negativas. Si bien la primera fuente de información de estos jóvenes son los familiares y amigos (69%), muy cerca le siguen las páginas web de viajes (67%) y los blogs de opiniones de viajeros (66%) (WYSE, 2014).

La compañía aérea Iberia, identificando la importancia de este segmento, creó una sección especial de su web llamada Iberia Joven en la cual ofrece beneficios especiales para 4 subgrupos: *GoStudy*, *Menores30*, *Partners*, *Grupos*, que van desde 1 maleta adicional, cambio de fecha gratuito, 10% de descuento, o 15% de descuento a grupos de más de 4 jóvenes. Además, reconociendo la importancia de las redes sociales desarrolló la app *Fly and Friends* donde es posible "localizar a tus amigos de Erasmus, de la universidad, de aquel campamento en el extranjero... Te diremos

dónde están localizados a lo largo de todo el mundo tus amigos de Facebook y las mejores opciones de vuelo para visitarlos.", y la app *Iberia Selfies* para recopilar las fotos del viaje y luego armar un divertido video. También la compañía KLM tiene su programa *Meet & Seat* que permite ver los perfiles de Facebook, Google+ o LinkedIn de quienes viajan en el mismo vuelo, incluso antes de que este haya despegado.

A la hora de elegir el alojamiento, los miembros de la *generación Y* priorizan una buena ubicación a un buen precio. Pero las tecnologías innovadoras y las redes sociales también son importantes. Estos usuarios prefieren procesos automatizados de *check-in* y *check-out*, "llaves digitales" en sus *smartphones* y solicitar *amenities* sin levantar el teléfono de la habitación, lo cual implica un servicio impersonal pero estandarizado y ágil. No obstante, los *millennials* demandan al mismo tiempo nuevos espacios de socialización donde puedan interactuar con otros huéspedes. De esta manera surgen nuevas formas de alojamiento que combinan la privacidad de un cuarto de hotel pero con el espíritu del hostel. De hecho, la línea Moxy Hotels de Marriott se promociona en su web como "un hotel boutique con el corazón social de un hostel" y aclara, "Sí, el WiFi es rápido y las camas mullidas están recién hechas, pero lo más importante, la barra está siempre abierta y la tripulación está siempre dispuesta".

Incluso los hostels están sofisticándose y adaptándose a una clientela a la que todos quieren atraer, incorporando servicios como alquiler de bicicletas, free tours, bandas en vivo, salas de cine, bares y restos dentro de sus instalaciones (Reporte PWC-Hostelworld, 2015). Un ejemplo es el proyecto de una americana de 27 años llamado Podshare, donde cada cama cucheta incluye una luz, un televisor 22 pulgadas, una pizarra, una toalla, un estante y un enchufe individual. El Wi-Fi y la conectividad es fundamental y el alojamiento debe garantizarlo en todo momento. También lo son las redes sociales para compartir lo "cool" del viaje y poder contar la experiencia. Uno de los ejemplos más claros es el hotel Ushuaia Ibiza Beach Hotel donde unificaron la tecnología de reconocimiento de la huella dactilar PayTouch con Facebook para ofrecer al cliente la opción de compartir contenido sólo con su huella. O Meliá Hotels International, que convirtió a su Sol Wave House en el primer *twitter experience hotel* del mundo (Hosteltur, 2013).

Con la llegada de esta generación también aparecieron nuevas modalidades de turismo joven y otras ya existentes sumaron participantes notablemente. En primer lugar están quienes solo se deciden a viajar para conocer, con o sin un itinerario establecido. Los más pudientes optarán por los hoteles o los hostels, mientras que quienes tienen un presupuesto ajustado se harán de herramientas para gastar lo mínimo indispensable.

Entre ellas se encuentra el *couchsurfing*, una plataforma que funciona como una red de viajeros que ofrecen alojamiento gratuito en sus casas, ya sea en el sillón, un colchón en el piso o una habitación privada. De esta forma, no solo el costo del alojamiento es cero, sino que tienen la posibilidad de conocer el destino de la mano de un anfitrión local. Otros propietarios exigen algo a cambio, como el caso de *helpx*, una red que brinda la posibilidad de convivir con una familia que intercambia alojamiento y comida por tiempo de trabajo, por lo general solamente cuatro horas diarias. Estos trabajos son de lo más variados, desde carpintería, limpiar la casa hasta hacer de chofer. *Wwoofing* funciona de manera muy similar, pero enfocado específicamente en experiencias en granjas orgánicas, donde el plus está en el aprendizaje de la labor rural y en el cuidado y disfrute de la naturaleza. Otra modalidad más nueva es el *housesitting* por la cual viajeros acceden a alojamiento gratuito cuidando casas, y en algunas ocasiones mascotas otros usuarios que deben irse de viaje y dejar su hogar. A cambio el *housesitter* o "cuidador" debe mantener la casa, jardín y mascota en condiciones.

En segundo lugar están quienes su propósito es el viaje de estudio, ya sea en grupo o de manera individual. Estos jóvenes comprometidos con su futuro quieren tener una experiencia en el exterior pero sin postergar su formación académica. A través de intercambios, becas o simplemente abonando una capacitación, posgrado o maestría, suman un atractivo ítem en su currículum que además certifica su capacidad de relacionarse en la comunidad global. Estos viajeros por lo general suelen alojarse en campus o alquilar departamentos cercanos a su lugar de estudios por una necesidad de estadía más prolongada y relativamente más tranquila.

Otro grupo de viajeros eligen el turismo voluntario. Principalmente los países emisores de estos viajeros son los países desarrollados o individuos de clase media o alta, ya que si bien el voluntariado cubre gran parte de los gastos como estadía y comida, el resto corre por cuenta del participante, e incluso en la mayoría de los casos se cobra una tarifa para inscribirse en el programa de voluntariado. Estos programas permiten participar en la conservación de especies, la reconstrucción de zonas afectadas por desastres naturales, brindar apoyo escolar, asistencia médica, entre otras actividades. Estos jóvenes están motivados por lograr un cambio positivo en el mundo, contribuir con quienes más lo necesitan, sin dejar de lado su experiencia turística y gratificante.

Y el último grupo de viajeros está constituido por aquellos jóvenes que deciden trabajar durante sus viajes para obtener una ganancia que les permita mantenerse y en muchos casos retornar a sus países de origen con algunos ahorros. A diferencia del primer grupo o los que realizan turismo voluntario, no existe un intercambio en especies (trabajo por alojamiento y comida), estos viajeros reciben a cambio una retribución económica, por lo tanto requiere de un marco legal que lo avale. Este marco legal son las visas de Vacaciones y Trabajo conocidas como Work and Travel o Working Holiday Visas.

Cabe aclarar que esta clasificación no es formal ni mucho menos estricta. Un viajero que realiza un curso en el exterior puede tomarse vacaciones o terminar sus estudios y recurrir al *couchsurfing* para conocer un nuevo destino, o mismo los *work and travellers* a veces buscan zonas rurales donde se practique *woofing* satisfechos con obtener únicamente alojamiento y la comida. En definitiva, todos están impulsados por salir de su "zona de confort", y conocer un destino en profundidad desde la cercanía de lo local, lo auténtico.

Capítulo 2

Visas de Vacaciones y Trabajo: conceptualización

Los Programas de Vacaciones y Trabajo se basan en un acuerdo entre dos países participantes, el cual autoriza a los jóvenes de un estado a establecerse en el territorio del otro por un período determinado, con el objetivo de pasar sus vacaciones teniendo la posibilidad de obtener un empleo temporal o informal, y pudiendo así mismo sustentarse económicamente (Yoon, 2014). Estas visas son más conocidas mundialmente como **Working Holiday Visas** (en adelante WHV) aunque también reciben el nombre de Work and Travel en el caso de Estados Unidos, Vacances-Travail en Francia o Work and Holiday en Australia.

Los acuerdos migratorios bilaterales pueden definirse como todo acuerdo entre dos Estados celebrado por escrito y regido por el derecho internacional, destinado a crear, modificar o extinguir derechos y obligaciones en materia de migraciones internacionales (Convención de Viena sobre el derecho de los tratados, 1969). Más precisamente, los acuerdos sobre migraciones laborales pueden contribuir a las

necesidades de mano de obra de un Estado y la oferta de trabajadores por parte de otro Estado ya sea que se trate de migraciones de carácter permanente, temporal, estacional, o fronteriza (Geronimi, 2004).

Es decir, que los programas de Vacaciones y Trabajo surgen como una herramienta para aquellos países que quieren recibir trabajadores temporales de otras partes del mundo sin caer en la inmigración ilegal. Con este propósito, los países participantes de estos convenios establecen un cupo de visas que entregarán por año a los ciudadanos de dichos estados. A su vez, establecen ciertos requisitos que los postulantes deben cumplir para el otorgamiento de la visa como restricciones de edad, nivel educativo, nivel de inglés, fondos mínimos, entre otros. Estos jóvenes se transforman en "migrantes" deseables, ya que representan la capacidad de trabajo sin la "carga social" asociada con tener hijos a su cargo o tener una edad avanzada (Robertson, 2014).

De esta forma los países se aseguran de recibir un flujo de viajeros que aportan un plus para el país tanto por su formación académica, su nivel adquisitivo y por la edad de los participantes como fuerza de trabajo y de consumo.

Según algunos estudios, más del 7% del mercado global de viajes para jóvenes está conectado de alguna manera u otra con trabajo en el extranjero, y estos turistas gastan un promedio de 3.200 dólares por viaje (WYSE Travel Confederation, 2009), pero el 40% del costo total logra cubrirse con el trabajo en destino. Es decir, que en su mayoría, el consumo durante su estadía supera los ingresos obtenidos y genera un impacto económico positivo para el país. Estos viajeros también estimulan la llegada de nuevos turistas, ya que el 47% recibe la visita de familiares y amigos.

A su vez, una investigación llevada a cabo en Australia estimó que cada 100 llegadas de *working holiday makers* se crean alrededor de 5 empleos netos a tiempo completo. Los trabajos que estos viajeros ocupan, son generalmente poco calificados y difíciles de llenar con la mano de obra local. Incluso el primer ministro de Nueva Zelanda expresó la dependencia de los trabajadores temporales extranjeros ya que "algunos habitantes del país carecen de una fuerte ética de trabajo y pueden tener problemas con las drogas."

Estos convenios funcionan entonces como marco legal, no sólo regulando el flujo de viajeros jóvenes que puede trabajar fuera de su país, también orientándolo hacia aquellas partes contratantes con las que exista una mayor afinidad cultural, histórica o lingüística (Geronimi, 2004). De esta forma, estos tratados buscan promover relaciones de cooperación más estrechas entre ambos países para generar una mayor apreciación de la cultura y modos de vida fuera del país de origen.

Por supuesto existen muchos jóvenes que deciden trabajar en el exterior ilegalmente durante la estadía permitida como turista, y algunos aún más arriesgados que incluso permanecen en el territorio después de dicho plazo, corriendo el riesgo de ser deportados. Muchos son los argentinos que van a hacer temporada a Buzios (Brasil) o Playa del Carmen (México), o a probar suerte a Europa a pesar de la crisis. Están también quienes no pudieron conseguir la WHV porque se acabaron los cupos y deciden viajar igual con la esperanza de conseguir trabajo en negro y tal vez solicitar la WHV desde allá una vez que se abra nuevamente la inscripción. No obstante, estos viajeros quedan fuera de las mediciones de la investigación por la ilegalidad de su estatus y la imposibilidad de contabilización.

Origen y crecimiento de la modalidad en Argentina

En 1996 **Estados Unidos** fue el precursor de las visas de trabajo y vacaciones en Argentina, o tal cual su nombre lo indica en inglés: trabajo y viaje de verano. En su primera temporada convocó apenas a 18 argentinos. El verano siguiente partieron 100, y en 2000 ya eran 1000 los jóvenes que participaban del programa Summer Work and Travel USA. La cantidad de solicitudes iba en constante ascenso, hasta que se desató la crisis financiera del 2008 y la oferta laboral bajó considerablemente incluso para los *work and travellers*. Luego de dos temporadas bastante desalentadoras como lo fueron la 2009-2010 y 2010-2011, el programa volvió a cobrar fuerza. Hoy en día son casi 2700 jóvenes argentinos los que viajan a Estados Unidos cada año a realizar su Work and Travel durante las vacaciones de verano.

Temporada	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Participantes	1793	2057	2367	2196	2696

Fuente: Departamento Summer Work and Travel - Embajada Estados Unidos en Argentina

El 22 de Noviembre de 2001, **Nueva Zelanda** fue el primer país en firmar un acuerdo con Argentina para que sus jóvenes puedan obtener la Working Holiday Visa. Aquel convenio que entró en vigencia recién en septiembre del 2002, permitía conceder solamente 300 visas al año para argentinos que quisieran trabajar y vacaciones por hasta 12 meses en territorio neozelandés. Para los ciudadanos de dicho país, en cambio, solo se les permitía residir por un período de 6 meses prorrogables por 3 meses más en Argentina.

En el año 2006 el Director General de Política Exterior argentino, Luis Cappagli y Subsecretario del Ministerio de Relaciones Exteriores y Comercio de Nueva Zelanda, John McKinnon, realizaron un acuerdo por canje de notas para ampliar número de visas a 1000 para cada país, acuerdo que entró en vigencia el 8 de Diciembre de dicho año. En 2010, los gobiernos de ambos países volvieron a ponerse en contacto para modificar el período de permanencia de los ciudadanos neozelandeses en Argentina a 12 meses, de manera que poseyeran el mismo plazo que los participantes argentinos. A su vez mediante el mismo canje de notas extendieron la edad de elegibilidad a 35 años inclusive. Hoy en día Nueva Zelanda es el país que más solicitudes recibe a nivel mundial ya que mantiene convenio con 42 países. Por la sencillez de su solicitud online, la admisión de jóvenes 5 años por encima del resto de las visas y los acotados requisitos, Nueva Zelanda es el destino codiciado por los argentinos. Año a año entre 6000 y 7000 personas aplican al mismo tiempo en la web de la embajada que abre las inscripciones un día estipulado de Septiembre a las 19 hs. En el 2016 directamente la web estuvo caída en nuestro país y solo pudieron procesar su solicitud aquellos que se encontraban en el exterior o recurrieron a amigos radicados afuera para que accedan a la página completándose las 1000 visas antes de la medianoche.

Tuvieron que pasar más de seis años para que se concretara el segundo acuerdo bilateral sobre el Programa de Vacaciones y Trabajo. El 18 de marzo de 2008, los ministros de relaciones exteriores de Argentina y de **Irlanda** firmaron el convenio en Buenos Aires, en cual entró en vigencia seis meses más tarde, aunque sólo acordaron conceder 100 visas por año, y aún sigue con esta mínima cantidad. Lo que llama la atención es que Irlanda permite a los jóvenes argentinos permanecer por hasta 12 meses en su territorio, mientras que Argentina autorizó a los irlandeses a residir por un período de hasta 6 meses, prorrogable por otros 3 meses ante la autoridad migratoria argentina.

Apenas unos años más tarde, cuando comenzaba el boom de los Work and Travel a Estados Unidos, más países comenzaron a ver a los jóvenes argentinos como viajeros

interesantes para sus naciones. En febrero de 2011 **Francia** firmó el acuerdo para el programa *Vacances-Travail* y comenzó a otorgar las visas en octubre del mismo año con un cupo para 500 argentinos. En abril de 2016 afortunadamente se concretó la extensión a 700 visas. Si bien no es de las visas más solicitadas, por la necesidad implícita de tener conocimientos de francés en un país donde se dice que sus habitantes son reacios a hablar en inglés, los franceses agotan los cupos para realizar el programa en Argentina donde encuentran grandes oportunidades de trabajo.

El 03 de mayo del 2011 el gobierno de Argentina se reunió con el de **Dinamarca** en Copenhague y firmaron el convenio bilateral acordando que el número de visas para los ciudadanos de dichas naciones sería ilimitado. Sin embargo, esto no es tan real, por lo menos para los argentinos que quieren aplicar a la WHV danesa ya que quien recibe las solicitudes en Argentina es la Embajada de Noruega y ésta ha restringido aceptar un máximo de 300 solicitudes anuales entre turnos presenciales y sobres que llegan desde el interior del país. Esto es una pena si consideramos que son muchos más de 300 argentinos los que se sienten atraídos por pasar un año en Dinamarca, evaluado como el segundo país más seguro del mundo según el índice GPI (*Global Peace Index*) y el país más feliz del mundo según el World Happiness Report 2016 de la ONU. Al momento ya no hay más visas para el 2016 y los turnos que están otorgando son para dentro de 6 meses. Afortunadamente, quienes ya se encuentren en Dinamarca o quieran arriesgarse a viajar sin la visa, pueden aplicar una vez que estén allá y esperar aproximadamente tres semanas a que se las aprueben.

El 02 de Noviembre de 2011, el ministro australiano de Inmigración y el embajador argentino en **Australia** firmaron en el Parlamento de Camberra un acuerdo de inmigración permitiendo a los jóvenes de ambos países trabajar y permanecer en estos países por 12 meses. Sin embargo recién el 29 de febrero de 2012 se empezaron a aceptar las solicitudes, que comenzaron siendo 500 cupos. Desde ese momento, y pese a ser uno de los tramites de visa más engorrosos debido a la cantidad de papeles que los postulantes tienen que reunir, sumado a la exigencia de rendir un examen de inglés, Australia se convirtió en uno de los destinos Working Holiday preferidos de los argentinos. Las visas se renuevan todos los 1ro de Julio y cada año se agotan más rápido. En el 2014, se acabaron los cupos en diciembre. En Junio del 2015, Australia amplió a 700 las visas para argentinos, pero aún así, éstas se agotaron en octubre. Este último año, 2016, fue todavía más rápido. El 19 de agosto la Embajada de Australia sacó un comunicado diciendo que ya había recibido 700 solicitudes y que habría que esperar hasta Julio de 2017 para quienes quedaron afuera.

Número de solicitudes de visa Work and Holiday (subclass 462) concedidas en 2015-16 al 31 de Diciembre de 2015 por país de ciudadanía - comparación con los cuatro años anteriores

País de ciudadanía	2011-12 al 31/12/2011	2012-13 al 31/12/2012	2013-14 al 31/12/2013	2014-15 al 31/12/2014	2015-16 al 31/12/2015	% de cambio entre 2014-15	2015-16 % del total
United States of America	3,330	3,487	3,677	4,001	4,364	9.1%	41.2%
China (excl SARs)	na	na	na	na	2,866		27.1%
Chile	311	381	458	538	864	60.6%	8.2%
Argentina	na	240	281	500	700	40.0%	6.6%
Spain	na	na	na	< 5	504	12500.0%	4.8%
Thailand	302	389	411	371	500	34.8%	4.7%
Indonesia	95		210	118	244	106.8%	2.3%
Poland	na	na	na	130	200	53.8%	1.9%
Portugal	na	na	na		109		1.0%
Malaysia	100	100	92	100	100	0.0%	0.9%
Turkey	< 5	41	97	91	91	0.0%	0.9%
Uruguay	na	na	27	25	40	60.0%	0.4%
Bangladesh		7	8		< 5		0.0%
Iran	< 5	na	na	na	na		
Total	4,144	4,646	5,261	5,879	10,583	80.0%	100.0%

Fuente: Working Holiday Maker visa programme report - 31Diciembre 2015 - Department of Immigration and Border Protection, Australian Government

Con el nuevo gobierno, también surgieron nuevos acuerdos de Visas Vacaciones y Trabajo. En 2016 Argentina sumó dos nuevos convenios. El primero, a los 2 días del mes de Junio, fue con **Alemania**. Los Ministros de Relaciones Exteriores de ambos países (Susana Malcorra y Frank-Walter Steinmeier) se reunieron en Buenos Aires y firmaron el acuerdo que se encuentra en vigencia desde esa fecha. Para esta visa hay cupos ilimitados, y por su reciente lanzamiento no existen cifras de cuantos argentinos están aplicando, solo el tiempo dirá cuantos son los interesados en viajar al territorio alemán.

El segundo acuerdo del mismo año, firmado el 30 de Junio también en Buenos Aires, fue entre los cancilleres de Argentina y el Reino de **Noruega**, pero entró en vigencia formalmente el 15 de Septiembre de 2016. Estos países establecieron que el máximo de visas que otorgarán a sus ciudadanos para viajar al país de convenio sería de 300 cupos, la misma cantidad de solicitudes que Noruega accede a recibir para aquellos que quieren aplicar a la Working Holiday danesa.

Teniendo en cuenta que los cupos para las visas de Vacaciones y Trabajo se completan todos los años y los datos aportados por la embajada de Estados Unidos es posible estimar que alrededor de 6 miljóvenes argentinos viajan bajo la modalidad de Vacaciones y Trabajo.⁴

No obstante, este número aproximado no incluye a muchos otros argentinos que obtienen WHVs con el pasaporte de otro país por poseer doble ciudadanía. Este es el caso de muchos jóvenes que utilizan la ciudadanía italiana para aplicar a los programas de Nueva Zelanda y Australia ya que pueden hacerlo *online* de forma rápida y sin restricción de cupos.

Tanto la firma de acuerdos con nuevos países, como la ampliación de cupos de los estados ya participantes contribuyen al crecimiento de esta práctica y desalientan a la práctica ilegal de trabajo y residencia en países donde no existen dichos convenios.

Características y requisitos de los Programas de Vacaciones y Trabajo

Como se mencionó en el capítulo anterior, el programa más antiguo y con más participantes es el ya consagrado Summer Work and Travel USA, un intercambio cultural que sólo puede realizarse durante las vacaciones de verano argentinas a través de la Visa J1. A diferencia del resto de las modalidades que se explican más adelante, el Work and Travel americano está disponible sólo para jóvenes de entre 18 y 27 años que se encuentren realizando estudios terciarios o universitarios, hayan aprobado al menos el primer semestre y que no se encuentren recibidos hace más de 6 meses. Debido a los requerimientos del programa en cuanto a situación académica la edad promedio de estos jóvenes es de 21,8 años y en su mayoría residen en Capital Federal y Provincia de Buenos Aires (57,5%). Sin embargo también se aceptan extranjeros que estén estudiando en Argentina y posean un DNI ya sea como residentes temporales o permanentes.

⁴ Estados Unidos 2696 participantes en el último año + Nueva Zelanda 1000 cupos + Australia 700 cupos + Francia 700 cupos + Irlanda 100 cupos + Dinamarca 300 cupos (es ilimitado pero la embajada de Noruega procesa máximo 300 solicitudes en Argentina) + últimos programas Alemania y Noruega estimamos que alrededor de 500 visas: 6 mil argentinos

Procedencia de los participantes	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Provincia. de Buenos Aires	Interior del país	Total
Porcentaje	22.43	35.09	42.48	100%

Fuente: Departamento Summer Work and Travel - Embajada Estados Unidos en Argentina. Resultados de un estudio realizado durante la temporada 2014-2015

Para realizar este programa por primera vez, es obligatorio conectarse con una empresa que comercialice Work and Travel en Argentina. A su vez estas agencias trabajan con organizaciones norteamericanas aprobadas por el Departamento de Estado que funcionan como *sponsor*, y son las encargadas de conseguir los empleadores en Estados Unidos. En Argentina funcionan 22 agencias de Work and Travel⁵ reconocidas por la Embajada que coordinan una primera entrevista con una profesora de inglés para corroborar el nivel del participante, reúnen los certificados de estudios, proporcionan las ofertas de trabajo, y tramitan los formularios necesarios para concretar el visado. A diferencia de las Working Holiday Visas, el programa americano implica viajar con una oferta de trabajo concreta. Los empleos más comunes son en centros de esquí, aunque para los que no quieren resignar del todo el verano pueden optar por Hawaii o Florida entre otros destinos de playa; para los amantes de las grandes ciudades también hay opciones en cadenas hoteleras internacionales o supermercados. Siempre en torno al turismo y la hotelería estos jóvenes se desempeñan como recepcionistas, camareros, cajeros, empleados de limpieza, cocineros, entre otros puestos.

La duración de la visa de trabajo dependerá de la fecha de inicio de clases del año próximo, con la intención de que los estudiantes no interrumpan ni perjudiquen su avance académico, con un máximo de 3 a 4 meses. No obstante, los jóvenes pueden permanecer en el país por 30 días más desde la finalización de la visa, como un periodo de vacaciones para recorrer el país. Otra particularidad es que los participantes pueden repetir la experiencia cuantas temporadas quieran, siempre y cuando cumplan con los requisitos⁶.

Por el contrario, las WHV son lo que se conoce como "*once-in-a-lifetime experience*", no solo por el carácter de experiencia transformadora, sino porque un individuo puede obtener la WHV de cada país una sola vez en la vida. En el caso de Nueva Zelanda y Australia existe la posibilidad de extender la visa habiendo realizado trabajos en ciertas áreas necesitadas de trabajadores para el país⁷. También quienes tengan la

⁵ Advice Language Experience, Alexandria Joven, Argentina Cultural Exchange, Bewat Argentina, CA Turismo, CAUX International Group, Ciudad Universitaria, Global WAT, GrupoLive, Interlatina Cultural Exchange, Midland Travel, Mundo Joven Travel Shop, Network, Tije Travel, USE Argentina, Watar, Welcome Abroad, We-Tag, Weusa, Work and Fun, Work and Hols, Worldwide Turismo Cultural.

⁶ Información elaborada en base a los requisitos impuestos por las agencias de work and travel y la página del Departamento de Estado de Estados Unidos (<http://j1visa.state.gov/participants/how-to-apply/eligibility-and-fees/>).

⁷ Los titulares de la visa Work and Holiday Australia (subclass 462) que realicen un trabajo de tres meses (88 días) durante su estancia en la agricultura o en las industrias de turismo y hospitalidad en el norte de Australia, serán elegibles para solicitar una segunda visa de trabajo y vacaciones. Fuente: <https://www.border.gov.au/Trav/Visi/Visi-1/work-holiday-visas-noth-aus>

Las personas que ya están en Nueva Zelanda con una visa de Working Holiday pueden hacer una solicitud única para permanecer un período adicional de 3 meses para hacer más trabajo de temporada en la horticultura o industrias vitivinícolas. El trabajo estacional puede incluir plantar, mantener, cosechar o empacar los cultivos. Fuente: <https://www.immigration.govt.nz/new-zealand-visas/apply-for-a-visa/about-visa/working-holidaymaker-extension-work-visa>

WHV francesa y reúnan las condiciones podrán obtener un permiso de residencia con la mención "Competencias y Talentos" efectuando la solicitud tres meses antes de que expire su visa Vacances-Travail.

Otros viajeros, una vez que la WHV vence, aplican a visas de estudio inscribiéndose en algún curso simple, ya que esta visa les permite trabajar *part-time* y así prolongar su estadía en el país. Y quienes quieren seguir su "carrera" de *working traveller* pueden, por supuesto, aplicar a la WHV de otro de los países con los que Argentina tiene convenio ya que no son excluyentes entre sí.

A continuación se desarrollan brevemente los países que ofrecen visas de Vacaciones y Trabajo a los argentinos, con sus requisitos. Es preciso aclarar que además, todos los argentinos que presenten su solicitud deben ser titulares de un pasaporte argentino válido y podrán viajar solo de forma individual (sin nadie a cargo) y autónoma (sin estar a cargo de nadie). Si los miembros de un matrimonio o una pareja desean viajar juntos, cada uno de sus integrantes debe realizar una solicitud separada y cumplir los requisitos individualmente. En todos los casos podrán permanecer hasta 12 meses bajo el estatus de la visa de Vacaciones y Trabajo.

Nueva Zelanda

Requisitos para aplicar:

- Tener entre 18 y 35 años
- Tener pasaporte argentino que tenga una validez de al menos 15 meses después de la fecha estimada de viaje a Nueva Zelanda
- Cumplir con los requisitos médicos (estudios de Rayos X) - Este requisito lo requieren una vez que el trámite online con el pago de la visa fue realizado con éxito

Requisitos para entrar al país con la WHV:

- Tener un pasaje de regreso o fondos suficientes para comprarlo.
- Tener un mínimo de NZ\$4,200 para afrontar gastos varios de la estadía en NZ (el dinero puede ser llevado en efectivo, cheques de viajero, o un resumen reciente de una cuenta bancaria que cuente con esos fondos)
- Seguro médico por el total de la estadía.

Particularidades: Es posible entrar a NZ en cualquier momento dentro de los 12 meses posteriores a la fecha de otorgamiento de la visa y permanecer allí hasta 12 meses a partir de la fecha de su primera entrada, dentro de los cuales se puede entrar y salir del país cuantas veces uno desee.

Al momento de aplicar pueden estar en cualquier parte del mundo, incluso en Nueva Zelanda.

Australia

Requisitos para aplicar

- Tener entre 18 y 30 años
- Encontrarse fuera de Australia al momento de presentar su solicitud de visa;
- Copia certificada de partida de nacimiento
- Copia a color del pasaporte

- Copia a color del DNI
- Foto tamaño pasaporte (3x4 cm)
- Completar y el formulario 1208
- Contar con un nivel de conocimiento del inglés evaluado al menos como funcional (Se requiere rendir examen TOEFL, IELTS o CAE o haber estudiado carreras de traductor público o profesorado de inglés)
- Poseer estudios terciarios, o haber completado exitosamente al menos dos años de estudios universitarios de grado;
- Demostrar fondos suficientes para la primera parte de su estadía en Australia (al menos 5000 dólares australianos) además del dinero para el pasaje de regreso;
- Suministrar carta de apoyo gubernamental emitida por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto para cual primero es necesario acudir al mismo y presentar:
 - Certificado de antecedentes penales
 - Certificado de domicilio
 - Copia simple de DNI
 - Declaración jurada certificada por escribano público y legalizada ante el colegio de escribanos
 - Nota verbal descargada de:

Particularidades: Es posible entrar a Australia en cualquier momento dentro de los 12 meses posteriores a la fecha de otorgamiento de la visa y permanecer allí hasta 12 meses a partir de la fecha de su primera entrada, dentro de los cuales se puede entrar y salir del país cuantas veces uno desee.

Dinamarca

Requisitos para aplicar

- Tener entre 18 y 30 años al momento de aplicar
- Presentar pasaporte argentino que tenga una validez de al menos 12 meses después de la fecha estimada de viaje a Dinamarca + fotocopia blanco y negro de todas las hojas del pasaporte
- 2 fotos carnet color de 3.5 x 4.5 cm
- Completar y firmar formulario WH1
- Tener pasaje de ida y de regreso o los fondos suficientes para adquirir uno (Si solo poseen ticket de ida hay que demostrar DKK 5000, si no cuenta con ninguno de los pasajes es necesario demostrar DKK 10000)
- Tener fondos suficientes para comida y hospedaje para el comienzo de la estadía en Dinamarca, equivalente a DK 15000
- Seguro médico que incluya repatriación.

Particularidades: Es posible permanecer 12 meses en Dinamarca, pero está permitido trabajar solo por 9 meses.

El trámite se realiza de forma presencial en la Embajada de Noruega (solicitando turno por mail previamente) o para quienes son del interior, pueden enviar la documentación por correo. Esta embajada solo se encarga de escanear los papeles y enviarlos a Dinamarca. También es posible aplicar estando en Dinamarca.

Francia

Requisitos para aplicar

- Tener entre 18 y 29 años, pudiendo también aplicar el día de cumpleaños de los 30 años (la fecha de entrada a Francia puede ser posterior al día de cumpleaños de los 30 años)
- Pasaporte válido de más de 1 año + copia (de la página con foto)
- 2 Fotos correspondientes a las normas internacionales (3.5 x 4.5 cm)
- Formulario de pedido de visa de "larga estadía"
- Carta explicando las motivaciones del viaje, firmada y dirigida al Cónsul General de Francia (en francés o en castellano)
- Antecedentes penales (de menos de 3 meses de antigüedad)
- Certificado médico de buena salud, emitido por un hospital público o privado
- Comprobantes de solvencia económica de al menos 2500€ o su equivalente en pesos (\$ARS) o divisa extranjera
- Comprobantes de alojamiento por los primeros 15 días (reserva de hotel o si es un particular, carta de invitación con copia de su documento de identidad y factura de servicio)
- Reserva / presupuesto del seguro medico por 365 días ;
- Reserva del pasaje: ida y vuelta (con fechas de retorno flexible). En caso de no poder presentar el pasaje de vuelta, tendrá que comprometerse, en la carta de motivación, a comprar un pasaje de vuelta.

Particularidades: Los argentinos tienen la posibilidad de solicitar la visa Vacaciones y Trabajo en cualquier Consulado de Francia en el mundo, bajo reserva de que el país anfitrión lo considere "residente".

Los postulantes deben presentarse en la embajada, con cita previa, entre tres meses y dos semanas antes de la fecha del viaje a Francia. La visa empieza a correr a partir de la fecha de su vuelo pudiendo entrar y salir del país la cantidad de veces que lo desee dentro del período de validez de la visa.

Irlanda

Requisitos para aplicar

- Tener entre 18 y 30 años al momento de aplicar (una vez que se obtuvo la visa es posible viajar con 31 años)
- Pasaporte con validez de hasta 1 año completo después de la fecha de ingreso al territorio irlandés (para esto hay que presentar fotocopia de la página del pasaporte donde figura la foto del portador)
- Formulario de solicitud: debidamente firmado y completado en inglés
- 2 fotos recientes formato pasaporte y firmadas al dorso
- Currículum Vitae en inglés o en español
- Título académico: diploma o certificado más alto obtenido. En caso de que el postulante aún se encuentre estudiando o esté esperando resultados de exámenes, se requiere que presente una carta de la institución
- Certificado de antecedentes penales (de menos de 3 meses de antigüedad)
- Estado de cuenta bancaria que demuestre que el postulante posee o tiene acceso a EUR 1500 o su equivalente en otra moneda (si es cuenta de un tercero es necesario adjuntar una carta de autorización y DNI del titular de la cuenta)

Se deben presentar las fotocopias del requisito 1, 2 y 8, junto con el formulario de solicitud firmado, enviando la documentación a la Embajada por correo normal/ certificado/ courier/ express. Los candidatos que hayan tenido éxito en la selección para el programa, tendrán que presentar en la Etapa 2 los documentos originales nombrados arriba, más:

- Pasaje de entrada y salida de Irlanda.
- Certificado de seguro médico: válido para la duración total de la estadía
- Comprobante de pago del arancel de la visa (EUR 60) a pagar en

Particularidades: Una vez aprobada la visa, los participantes pueden viajar hasta dentro del año de la fecha de emisión de la misma.

Noruega

Requisitos para aplicar

- Tener entre 18 y 30 años
- Residir en Argentina al momento de presentar su solicitud y, para probarlo, deben presentar un certificado de domicilio expedido por la policía que corresponda a su domicilio (Los ciudadanos argentinos que se encuentren viviendo fuera de Argentina podrán presentar sus solicitudes ante Embajadas de Noruega en otros países únicamente si prueban que han tenido un permiso de residencia válido por al menos seis meses anteriores en el país donde planean presentar su solicitud)
- Presentar original y copia de pasaporte válido, por lo menos, por 90 días posteriores a la fecha estimada de salida de la zona Schengen y tener, por lo menos, dos hojas completamente en blanco
- 2 fotos color de máximo 6 meses de antigüedad, tamaño 3.5 x 4 cm
- Presentar impresa y firmada la lista de verificación ("Checklist") descargada de la página web.
- Completar el formulario online de solicitud de residencia e imprimir y presentar la "*coverletter*" que el sistema emitirá una vez registrada la solicitud
- Presentar pasaje de ida y vuelta o fondos suficientes para adquirir dicho pasaje o presentar una oferta de trabajo en concreto
- Contar con fondos suficientes para la manutención durante los primeros 3 meses de estadía en Noruega, equivalentes a NOK 31185 o presentar pruebas de que el solicitante ya cuenta con una oferta de trabajo en concreto
- Abonar el arancel establecido para la visa de Vacaciones y Trabajo, actualmente de NOK 3700 y presentar comprobante del pago
- Firmar un compromiso de adquirir un seguro médico y de internación antes de ingresar en Noruega
- Presentar prueba de que tiene un lugar donde alojarse en Noruega: puede demostrarse con una reserva de hotel, un contrato de alquiler, una confirmación de alguien que le dé hospedaje en Noruega

Particularidades: La fecha de ingreso deberá ser dentro de los seis 6 meses posteriores al otorgamiento de la visa de Vacaciones y Trabajo. El solicitante tiene 7 días luego de su ingreso en Noruega para presentarse ante la comisaría («*Politidistrikt*») que corresponda a su domicilio para la toma de datos biométricos y procesamiento de su tarjeta de residente.

Alemania

Requisitos para aplicar

- Tener entre 18 y 30 años
- 2 formularios de solicitud y la declaración de conformidad con el art. § 54, apartado 2, número 8, en concordancia con el § 53, de la Ley de Permanencia (que debe descargarse desde el sitio web de la embajada)
- 2 fotos actuales tamaño 3,5 x 4,5 cm

Original y 2 fotocopias de:

- Pasaporte argentino con vigencia mínima de 3 meses después de la fecha estimada de salida de Alemania y con mínimo dos páginas libres disponibles
- DNI argentino
- Comprobante del financiamiento de gastos de manutención: EUR 400 mensuales para los primeros tres meses (EUR 1.200) + la cobertura de los gastos de alojamiento que se deben acreditar con los resúmenes bancarios propios de los últimos tres meses previos a la presentación de la solicitud, reserva y pago de hospedaje o carta de invitación firmada y DNI del invitante si se aloja en casa de amigos o parientes de forma gratuita
- Pasaje de avión hacia Alemania
- Pasaje de retorno o acreditación de disponer de 1000€ para la compra del mismo
- Seguro médico y de accidente para la estadía completa con cobertura mínima de 30.000€ que incluya repatriación sanitaria y de restos
- Carta de motivación y justificantes/información sobre la estadía planificada en Alemania (contrato laboral en caso dado pero no obligatorio; acreditación de alojamiento, por ejemplo reserva de hostel o carta de invitación; etc.)

A modo de síntesis y de forma comparativa se pueden observar en el siguiente cuadro las características de las siguientes visas, incluyendo en cada caso los requisitos (edad excluyente, nivel exigido de idioma, demostración de solvencia económica, otros), máximo de estadía en el país, posibilidad de cursar estudios, y costo de la visa.

País de convenio	Edad elegible	Exigencia de idioma	Fondos suficientes	Método de aplicación	Otros requisitos	Máximo de estadía	Posibilidad de estudiar	Costo de la visa
Estados Unidos	18-27 años	Nivel intermedio de inglés, comprobado mediante entrevista	No aplica	A través de agencias de viajes	- Ser estudiante regular y a tiempo completo	4 meses	No	USD 160
Nueva Zelanda	18-35 años	No	NZD 4200	Online	- Seguro médico	12 meses	Hasta 6 meses	NZD 208
Australia	18-30 años	Nivel funcional comprobado por examen TOEFL (32 pts.), IELTS (4.5 pts.), PTE académico (30 pts.) o CAE (147 pts.)	AUD 5000	Presentación de documentación en la embajada o envío por correo	- Poseer estudios terciarios, o haber completado exitosamente al menos 2 años de estudios universitarios - Nota verbal emitida por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto - Certificado de antecedentes penales - Seguro médico	12 meses	Hasta 4 meses	AUS 440
Dinamarca	18-30 años	No	Ticket aéreo + DKK 15000 o DKK 25000	Presentación de documentación en la embajada de Noruega con turno o mediante correo quienes residen a más de 200 km de CABA	- Seguro médico	12 meses de estadía pero máximo 9 meses de trabajo	Hasta 6 meses	Gratuita
Francia	18-29 años y también el día de cumpleaños número 30	No	EUR 2500	Presentación de documentación en la embajada con turno previo	- Certificado médico de buena salud - Carta de motivación de viaje - Comprobantes de alojamiento por los primeros 15 días - Reserva de pasaje aéreo - Antecedentes penales - Seguro médico	12 meses	No	Gratuita
Irlanda	18-30 años	No	EUR 1500	Envío de documentación por correo a la embajada	- Currículum Vitae - Título académico o certificado más alto obtenido - Antecedentes penales	12 meses	12 meses	EUR 60
Noruega	18-30 años	No	NOK 31185 O presentar una oferta de trabajo en concreto	Presentación de documentación en la embajada con turno previo	- Compromiso de adquirir un seguro médico - Comprobantes de alojamiento en Noruega (reserva de hotel o carta de quien que le de alojamiento)	12 meses	Hasta 3 meses	NOK 3700
Alemania	18-30 años	No	EUR 1200 + fondos necesarios para el alojamiento + ticket aéreo o EUR 1000 adicionales	Presentación de documentación en la embajada con turno previo	- Carta de motivación o oferta laboral - Pasaje de ida - Seguro médico	12 meses	Hasta 6 meses	EUR 60

Cabe agregar que existen más programas y países que ofrecen condiciones similares de trabajo para jóvenes bajo un status de visa diferente. Por ejemplo, Estados Unidos también tiene su programa **Summer Camp USA** que consiste en trabajar en los campamentos de verano ya sea como coordinador de actividades, guardavidas, o mentor de los chicos. Este país también ofrece el programa **Practical Training USA** que permite realizar una práctica profesional de hasta 18 meses en áreas de hotelería y gastronomía principalmente. Canadá, por su parte, está realizando un programa piloto Argentina en el 2016, ya que aún no ha firmado un acuerdo de tipo Working Holiday con nuestro país, pero los argentinos de entre 18 y 35 años pueden participar del programa **International Experience Canada** a través de la empresa Stepwest autorizada por el gobierno de Canadá como Organización Reconocida (OR). A través de esta institución designada, los participantes obtienen una oferta de trabajo garantizada que podrán cambiar si lo desean una vez que lleguen al país y tendrán la posibilidad de permanecer en el territorio canadiense por hasta 12 meses. Sudáfrica también se suma a la lista con una modalidad parecida a la americana. A través de agencias de viajes locales que funcionan como sponsors los jóvenes argentinos de entre 18 y 25 años que sean estudiantes de cualquier carrera o recién graduados (menos de 6 meses) pueden participar del programa **Work Sudáfrica** que les permite residir y trabajar por 12 meses.

Controversia entre vacaciones, trabajo y migración

Bajo una primera mirada puede resultar extraño relacionar dos conceptos tan aparentemente contradictorios como el trabajo y las vacaciones⁸. Siendo estas últimas un período de descanso con ausencia de trabajo o estudio y considerado un tiempo que pertenece a la esfera del ocio.

En principio, los acuerdos entre países expresan de manera escrita que la visa tiene por intención principal la estadía de vacaciones de manera que el empleo sea incidental y no la razón principal de la visita, lo que supone un tiempo de ocio y turismo.

Robertson (2014), en cambio, niega el idealismo que expresan los gobiernos y manifiesta que los jóvenes participantes de estos programas son "ocultos" políticamente asociados con las movilidades de la educación y el turismo internacionales para enmascarar las cantidades significativas de trabajadores temporales que forman parte de la migración laboral. La OIM (Organización Internacional para las Migraciones) define la migración laboral como el movimiento de personas desde el país de origen a otro país con el objeto de trabajar. A partir de esta definición se desata un debate más profundo sobre **cuál es el objetivo de los jóvenes que realizan experiencias de Vacaciones y Trabajo, para determinar el carácter de sus desplazamientos.**

La búsqueda de placer es el factor que ciertamente los distingue y los diferencia de migrantes laborales en el sentido convencional impulsados por la necesidad y la ambición económica (Benson & O'Really, 2009; Bianchi 2000; Cohen, Duncan & Thulemark, 2013).

Benson & O'Really (2009) consideran estos desplazamientos más bien como una migración de estilo de vida definida como "la movilidad espacial de individuos

⁸Definición según la Real Academia Española.

Vacación:

1. f. Descanso temporal de una actividad habitual, principalmente del trabajo remunerado o de los estudios.
2. f. Tiempo que dura la cesación del trabajo.

relativamente pudientes de todas las edades, moviéndose ya sea a tiempo parcial o a tiempo completo a lugares que son significativos porque, por diversas razones, ofrecen el potencial de una mejor calidad de vida". Consiste en una decisión de romper con la actualidad y empezar de nuevo acompañado de la movilidad corporal y geográfica. El estilo de vida de un individuo se conforma por "el conjunto de los bienes, la ropa, las prácticas, las experiencias, la apariencia y las disposiciones corporales" (Featherstone, 1987 en Cohen, Duncan & Thulemark, 2013) y en consecuencia este tipo de movilidad implica no sólo una forma de actuar, sino la transformación en la persona que se busca ser (Giddens, 1991).

Cohen, Duncan & Thulemark (2013), en cambio distinguen entre tres tipos de desplazamientos: la migración permanente, la movilidad temporal y movilidad de estilo de vida. Formularon estos conceptos en torno a cuatro dimensiones, la duración, la frecuencia, la estacionalidad, y el sentimiento de pertenencia.

La migración permanente consiste en una relocalización duradera de la residencia sin intención de retorno, un desplazamiento lineal que se diferencia de la movilidad temporal por la duración y la intención del traslado. Este último suele estar asociado a los trabajadores de temporada, quienes más allá de que repitan el destino y trabajo se ajustan a los tiempos de la demanda y regresan a sus hogares una vez que la temporada finaliza. La movilidad de estilo de vida, por el contrario, supone un cambio de residencia constante con duraciones variables, sin un sentimiento de pertenencia o de hogar arraigado a un lugar fijo. No existe para estos viajeros una intención de regresar, sino de seguir avanzando hacia otros destinos sosteniendo esta conducta a lo largo de la vida. Este concepto se asemeja a la migración de estilo de vida de Benson & O'Really (2009), que sugieren que en la búsqueda de la felicidad, la migración no necesariamente es definitiva, sino que puede ser temporal o circular.

MacCannel (2003) entiende que la modernidad pone en tela de juicio la necesidad de la versión industrial y negativa del trabajo y propone la idea de que de que la económica no debería ser la única recompensa del trabajo, al mismo tiempo de que el ocio debería ser productivo. Estos programas de vacaciones y trabajo reflejan la necesidad de una sociología del ocio de la clase media moderna en la cual sólo si se transforma al trabajo en una "diversión" o una "atracción" es posible que los jóvenes lo aprehendan como una totalidad coherente.

En cierto modo, las fronteras entre el turismo, el trabajo y la migración se han disuelto, y hoy existen nuevas formas de movilidad postindustrial que no corresponden estrictamente ni a las categorías convencionales de migración laboral, ni al sector turístico (Bianchi, 2000). Estos dos tipos de desplazamientos, que usualmente se consideran por separado, se encuentran interrelacionados (O'Reilly, 2006).

Estos jóvenes son entonces, un híbrido en busca de aventura, mejores oportunidades laborales, y la satisfacción personal, que bien podrían recibir el nombre de "turista trabajador migrante" (Bianchi, 2000). Para estos tipos particulares de turistas trabajadores, los viajes y el trabajo constituyen componentes integrales de un estilo de vida transitorio que abarca los dominios del ocio, el turismo y el trabajo con límites flexibles y ambiguos entre ellos. El mochilero contemporáneo es "al mismo tiempo un trabajador, un estudiante, un visitante, un trabajador de temporada, un veraneante, un residente semipermanente y muchos otros roles potenciales" (Allon, Anderson and Bushell, 2008 en Cohen, Duncan & Thulemark, 2013). Como residentes participan de la cotidianidad del destino; alquilan propiedades, compran en supermercados locales, ocupan puestos de trabajo, pagan impuestos. Como turistas, acuden a atractivos turísticos y adquieren recuerdos del destino. De esta forma, se encuentran en algún

lugar entre 'extranjeros' y 'ciudadanos' representando una forma intermedia de migración (Robertson, 2014)

Capítulo 3

Análisis de entrevistas

No caben dudas de que el número de participantes en experiencias de Vacaciones y Trabajo en el exterior ha ido creciendo entre los jóvenes argentinos y de todo el mundo. Desde ya que no existe un solo factor desencadenante, sino una suma de variables.

Ya se han desarrollado las transformaciones socioculturales que caracterizan a esta generación, como la postergación de la emancipación, la rotación y flexibilidad laboral, y su actitud tolerante e inclusiva en relación a la diversidad. También se mencionó la facilitación en los desplazamientos que se produjo durante los últimos años, como la aparición de compañías *low costs*, la economía colaborativa, y nuevas herramientas de intercambio de hospedaje por trabajo. Políticamente hablando, tanto la firma de acuerdos con nuevos países, como la ampliación de cupos posibilitaron la práctica de esta modalidad turística. Sin embargo todo esto pierde valor sin la existencia de la motivación de los jóvenes por participar en dichas experiencias.

Teniendo como base las teorías motivacionales de Crompton e Iso-Ahola, se realizó una entrevista a tres sujetos relacionados con los programas de "Vacaciones y Trabajo" disponibles para jóvenes argentinos:

-Sofía, licenciada en Turismo, ex participante Summer Work and Travel USA y Working Holiday Nueva Zelanda;

-Jimena vendedora hace 7 años de la agencia WATAR dedicada a comercializar el programa Summer Work and Travel USA, encargada de la organización de las ferias de empleadores, y de brindar las charlas de orientación pre-partida;

-Bernardo, ex participante Working Holiday Nueva Zelanda y Australia, creador de la página yomeanimoyvos.com con toda la información de los convenios WH para argentinos, quien realiza charlas informativas en Buenos Aires y Córdoba, trabaja haciendo asesoramiento personalizado y vendiendo servicios adicionales al viaje como seguros al viajero, cursos de inglés y tramitación de devolución de impuestos.

Sus respuestas representan tres puntos de vista diferentes, en base al rol que cumplen como participante, vendedor y comunicador, que permiten una aproximación a las motivaciones de los jóvenes argentinos y que luego habrán de comprobarse con las encuestas.

Frente a este interrogante, se les planteó la siguiente pregunta:

Iso-Ahola sostiene que hay 2 fuerzas motivacionales en los viajeros: el escape y la búsqueda.

¿De qué crees que escapan los jóvenes argentinos al realizar un programa de Vacaciones y Trabajo?

Bernardo y Jimena coinciden en que los jóvenes se aburren fácilmente ante la vida cotidiana y rutinaria, la cual resulta demasiado predecible y desean huir en busca de experiencias nuevas y más emocionantes.

Ambos creen que, a su vez, hay una necesidad de escapar "de la comodidad del entorno familiar (aunque es lo primero que se extraña)" (Jimena) y "de hacer lo que todos dicen que tenés que hacer" (Bernardo). Al llevarlo a cabo, el individuo puede despegarse de las "etiquetas", las presiones y las expectativas que su entorno y él mismo se pone, para adoptar una nueva faceta y "reinventarse". "Las personas que recién te conocen, no tienen prejuicios sobre uno, y uno tampoco está condicionado a ser el de siempre" (Bernardo)

Existen además otros factores que forjan el deseo de irse del país para ciertos viajeros. Sofía manifiesta que "la inseguridad, la inflación y la inestabilidad económica construyen un camino cuesta arriba para los que quieren progresar, independizarse, ahorrar, viajar, etc. Los jóvenes ven en estos programas una forma de escapar, al menos por un tiempo, de esta situación y experimentar en un país seguro y cosmopolita la vida que anhelan, llena de nuevos desafíos."

Escapar de Argentina implica dejar atrás todos los problemas cotidianos que conlleva vivir en este país: Paros bancarios, de transporte público, paro docente, sumados al modo de reclamo por excelencia, el piquete, que hacen intransitables las calles de las grandes ciudades. Existen muchos problemas estructurales en Argentina: 32,2% de los argentinos son pobres⁹, la mitad de la población económicamente activa no tiene el secundario terminado¹⁰ y la inseguridad sigue creciendo. La economía también pasa un momento complicado, la inflación superó el 40% en el último año¹¹ y el país está en el lugar número 104 en el ranking de competitividad anual entre 138 países según el Foro Económico Mundial, muy por debajo de otras naciones latinoamericanas como Chile (puesto 33) y Perú (puesto 67)¹².

Bernardo también hizo hincapié en las condiciones laborales insatisfactorias para este grupo de jóvenes, "sólo 15 días de vacaciones al año no son suficientes y el sueldo no les alcanza para nada."

Más allá de que se trate de jóvenes de clase media estos factores parecen afectarlos e incentivarlos a realizar una experiencia de trabajo en el exterior. Si bien en términos generales vimos que estos viajeros están motivados mayormente por el deseo recreacional (Uriely, 2000), las oportunidades económicas no pasan desapercibidas en su decisión de viaje y la elección del destino. Los argentinos pueden sentirse atraídos por viajar a estos países donde la relación trabajo/sueldo es aparentemente mejor.

En Argentina el salario mínimo mensual es de \$8060 pesos fijado por una jornada de 8 horas diarias desde el 1ro de Enero de 2017. En el mejor de los escenarios, una persona trabaja solo 5 días semanales, lo que arroja como resultado un promedio de

⁹32,2% de los argentinos es pobre y el 6,3% se encuentra en la indigencia según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec)
<http://www.telam.com.ar/notas/201609/164862-pobreza-indec-cifras-estadisticas.html>

¹⁰ "Hoy, la mitad de los jóvenes no termina el secundario. Y de quienes lo hacen, el 50% no comprende textos." Esteban Bullrich, Ministro de Educación de la Nación en conferencia.
<http://www.lagaceta.com.ar/nota/688450/politica/bullrich-50porciento-jovenes-termina-secundario-no-comprende-textos.html>

¹¹En diciembre, el Índice de Precios al Consumidor (IPC), que elabora el Congreso de la Nación subió 1,6%, completando para todo el período 2016 una inflación anual de 40,3%, siendo "el nivel más elevado desde 2002" según el estudio.
http://www.clarin.com/ieco/economia/ipc-congresocerro-2016-suba-40_0_S1j9NiMII.html

¹² INFORME GLOBAL DE COMPETITIVIDAD 2016-2017
<http://www.cdi.org.pe/InformeGlobaldeCompetitividad/index.html>

\$50 como salario mínimo por hora. Este contrasta fuertemente con el salario mínimo por hora en los países con los que Argentina sostiene convenio y puede ser uno de los factores que explica por qué el número de turistas Working Holiday que vienen a Argentina es menor que el número de jóvenes que este país emite. No obstante para un análisis más acertado se debería investigar el costo de vida en cada uno de estos países.

País	Salario mínimo por hora en moneda local	Salario mínimo por hora en pesos argentinos
Argentina	ARS 50	ARS 50
Nueva Zelanda	NZD 14.75	ARS 165.80
Australia	AU 17.70	ARS 208.14
Francia	EUR 9.67	ARS 160.98
Estados Unidos	USD 7.25	ARS 115.74
Alemania	EUR 8.84	ARS 147.16
Irlanda	EUR 9.15	ARS 152.32
Dinamarca	No existe por ley (pero el promedio de salario mínimo por hora según convenios colectivos es DKK 110)	ARS 246.35
Noruega	No existe el salario mínimo por ley, cada sindicato negocia su convenio colectivo	

Más allá del sueldo, algunos de estos países se encuentran entre los más desarrollados del planeta. Según un informe de la reconocida revista Forbes, Noruega encabeza la lista de los 10 países más desarrollados en base al Índice de Desarrollo Humano que combina la medida económica y el ingreso nacional con la educación y la esperanza de vida. También se encuentra Australia (2°), Estados Unidos (5°), Alemania (6°), Nueva Zelanda (7°), y Dinamarca (10°).

Por otro lado,

¿Qué buscan en su experiencia?

Los tres entrevistados mencionan el deseo de conocer nuevos lugares, como una búsqueda característica de este segmento de jóvenes, que se sienten atraídos por la diversidad cultural y lo exótico. Buscan "principalmente viajar. Desean satisfacer la curiosidad de conocer el mundo, sus diferentes culturas, paisajes y otras realidades." (Sofía). Además Bernardo menciona la necesidad de "sentirse libres, poder recorrer lugares que nunca podrían con sus trabajos actuales". Algo que además expresa en su blog, "Libres de elegir lo que queramos hacer a cada minuto, que comer, donde dormir, hacia donde seguir, sin tener que darles explicaciones a nadie, simplemente siendo nosotros mismos, haciendo lo que se nos da la gana."

También otro importante factor motivacional es la interacción social y el deseo de "conocer gente de todo el mundo" - (Bernardo y Jimena). El hecho de encontrarse

lejos de sus familias y amigos, los empuja continuamente a establecer nuevas relaciones, rodeándose de otros viajeros y locales. Se produce al mismo tiempo, una necesidad de aceptación y de supervivencia por parte de los participantes que implica muchas veces ajustarse a las normas y prácticas culturales del lugar de acogida, lo que les permite, no solo alcanzar un entendimiento más profundo del destino, también desarrollar otro punto de vista, "abrir sus mentes" y convertirse en personas más tolerantes. "A partir del intercambio" pueden "enriquecerse como personas, y despojarse de los prejuicios que traen." (Sofía)

Muchos jóvenes "buscan encontrarse con ellos mismos" (Jimena), un deseo que se relaciona con lo expresado por Bernardo de despegarse de las etiquetas del entorno para explorar otras facetas de la personalidad, reevaluar y reafirmar la identidad.

Al tomar distancia del ambiente que lo condiciona a encajar en la sociedad en la que crece, y entrar en contacto con otros viajeros que adoptan la misma filosofía, se crea un espacio para reconfigurar las prioridades en cuanto a la carrera, el trabajo y la vida personal. Esta renegociación también se traslada al plano consumismo-minimalismo. Los Working Holiday son el desafío de vivir un periodo en el cual las pertenencias se ven acotadas a la capacidad del equipaje, a las políticas de las aerolíneas y a la practicidad para poder emprender unas vacaciones o migrar de ciudad espontáneamente. Consiste en una autoenseñanza de cómo vivir despojado de tanta materialidad, de llevar una vida más relajada, y de valorar el tiempo y el dinero, como bienes escasos.

Otro de los objetivos suele ser "independizarse" (Jimena) y alcanzar la autonomía. Estos tienden a ser grandes motivadores para los participantes más jóvenes, sobre todo para quienes aún viven en las casas de sus padres, y este viaje constituye el primer intento de autosuficiencia. Los programas de Vacaciones y Trabajo pueden funcionar como prueba piloto para lanzarse a tareas nuevas que antes se hallaban delegadas. En general, muchos jóvenes se encuentran indiferentes a los quehaceres domésticos como hacer las compras, cocinar, lavar la ropa, o limpiar la casa. Aunque resulten tareas poco placenteras en sí, el desafío de emprenderlas por primera vez en un entorno agradable, como es el viaje, puede resultar gratificante.

Estos conceptos también se relacionan con el deseo de los participantes de "trabajar, ganar su propia plata" (Jimena) y tener sustentabilidad económica (Sofía), lo cual desata nuevas obligaciones. Una vez llegados al destino estos jóvenes tienen que sacar un número de identificación laboral (equivalente al CUIL), abrir una cuenta bancaria, administrar su propio dinero, y realizar el trámite de reembolso de impuestos una vez finalizado el año fiscal. Es a través de la desvinculación del entorno familiar, la autosuficiencia, y la constante necesidad de tomar decisiones, dejando atrás las inseguridades, que este concepto de independencia se relaciona con la búsqueda de los jóvenes del crecimiento personal, de la confianza en sí mismo y el autoestima.

Estos objetivos son parte de otros propósitos aún más amplios como el "desarrollo de nuevos conocimientos" (Sofía) y el deseo de "aprender" y "crecer" (Jimena). Emprender un viaje prolongado, con abundante contenido intercultural y condiciones desafiantes, implica enfrentarse a nuevas dimensiones sociales y culturales que permiten explorar las capacidades personales ante lo extraño, lo ajeno y lo desconocido. Afrontar el desafío del contraste y la superación de las adversidades tales como habilidades lingüísticas y culturales, prejuicio, discriminación, nostalgia y soledad conducen al crecimiento personal.

En principio uno de los progresos más notorios en cuanto al desarrollo de nuevos conocimientos suele darse en el manejo del idioma, de manera prácticamente

unánime. Los entrevistados coinciden que lo que puede parecer una dificultad y hasta una barrera para ciertos viajeros, es un atractivo para otros que desean aprender o perfeccionar una idioma con el fin de obtener un sentido de logro. Estudiar otra lengua puede parecer tedioso si se trata de ir a clases y rendir exámenes, pero resulta más fácil y satisfactorio cuando se aprende de manera casi espontánea inmerso en una experiencia en el exterior. En particular los argentinos que eligen aplicar a una visa de Vacaciones y Trabajo pueden aprender inglés, francés, alemán, danés, y hasta noruego. Aunque muchos de estos países tengan población latina, ninguno de los destinos habilitados para los argentinos tiene al español entre sus lenguas oficiales. Por lo tanto, en la estadía como *working holiday maker* resulta indispensable dominar alguno de estos idiomas para trabajar, alquilar una vivienda, hacer las compras o hasta atenderse en un hospital.

Al relacionarse con interlocutores locales, el aprendizaje resulta no solo más práctico, también más "real" ya que permite aprender el vocabulario utilizado en la cotidianidad del destino. Ya sea por inmersión o inscribiéndose en un curso el progreso es casi inevitable, y muchos de los jóvenes se sienten motivados por alcanzar una capacidad lingüística que les permitirá comunicarse con personas de otras nacionalidades y también como una herramienta laboral en el futuro.

Existen, a su vez, otras motivaciones comunes a otros tipos de turistas como el deseo de "divertirse" (Bernardo), de hacer cosas que jamás habían hecho por no estar disponibles en su país, a su alcance económico, o por no contar con el tiempo suficiente. Este es el caso de "un gran porcentaje de jóvenes que realizan el Work and Travel para esquiar" según Jimena.

Por último, los viajes de larga estadía y en destinos atractivos o exóticos, pueden responder al deseo de elevar el status social de algunos jóvenes. Existen dos fuerzas motivacionales con respecto a este factor: la necesidad de distinguirse de aquellos que permanecen inmóviles y de imitar a quienes se admira. Ambas comprendidas en el deseo de reconocimiento y atención de los demás. Viajar suele mejorar el prestigio y la reputación en una variedad de contextos, desde el laboral hasta los círculos sociales. Cuanto más lejos y exótico, mayor es la repercusión. En este sentido las redes sociales cumplen un papel fundamental, siendo una verdadera vidriera virtual donde el status aumenta con cada "Me gusta".

A modo de síntesis se elaboró una tabla de doble entrada según si corresponden a motivaciones sociopsicológicas - culturales (Crompton), de escape - búsqueda (Iso-Ahola).

Motivaciones	Sociopsicológicas	Culturales
Escape	Rutina, monotonía y aburrimiento	Lo conocido y cotidiano
	Prejuicios, discriminación e intolerancia	Argentina: inseguridad, corrupción, piquetes, infraestructura empobrecida, inflación, malas condiciones salariales
	Las "etiquetas" y las presiones del entorno	
Búsqueda	Cambio de prioridades y estilo de vida	País desarrollado: seguridad, posibilidad de diferencia económica, mejores condiciones de infraestructura, que "las cosas funcionen"
	Independencia y autosuficiencia	Explorar otras culturas Aventura y experiencias nuevas.
	Autodescubrimiento y desarrollo personal	Aprender o perfeccionar un idioma
	<i>Abrir la mente</i> ante las diferencias	
	Status social: distinción y pertenencia	

Fuente: elaboración propia

No obstante, también existen inseguridades al emprender una experiencia de Vacaciones y Trabajo en el exterior.

¿Cuáles son los principales miedos o dudas?

Según las respuestas de los entrevistados estos miedos están presentes tanto antes de viajar, como al momento de emprender la vuelta. A partir de experiencia de Jimena con cientos de participantes por año, dice que los más comunes son el "miedo a vivir solo, con gente que no conocen. Miedo a tener que hacerse cargo de uno mismo. A extrañar a los amigos y a la familia. Miedo a enfrentarse a algo nuevo y a que las expectativas e ideas que tienen no sean superadas."

Otro de los temores más comunes en los participantes que emprenden los programas de 12 meses suele ser el "miedo de no poder obtener trabajo rápidamente, como así también de adecuarse a la vida y cultura de otro país" (Sofía), que a su vez se repiten a la hora de volver a Argentina cuando los jóvenes ya han dejado atrás las incertidumbre y se acostumbraron a una nueva forma de vida. Según Bernardo a los participantes les preocupa "el qué va a pasar cuando vuelvan a sus países, si van a encontrar trabajo, y si van a poder readaptarse" a las condiciones de vida y al círculo social de antes.

¿Cuáles son los factores que tienen en cuenta los jóvenes en la elección del destino al que aplican?

A la hora de elegir el destino para realizar un Work and Travel, los participantes evalúan las oportunidades que ofrece el lugar de satisfacer sus motivaciones, tanto sociopsicológicas como culturales. Los tres entrevistados destacaron la importancia de las condiciones laborales y salariales del destino, por ejemplo "muchos buscan poder recuperar el dinero invertido en el programa y ganar más plata, entonces buscan aquellos empleadores y puestos de trabajo que más paguen" (Jimena). De esta forma, la "capacidad de ahorro" que proporciona el destino es un factor importante a tener en cuenta (Bernardo).

Según Jimena, quienes realizan el programa a Estados Unidos "además buscan que el destino ofrezca vivienda y beneficios. Por ejemplo, si van a trabajar en un centro de ski, quieren tener pases gratis."

Bernardo y Sofía mencionan que otra variable importante suele ser el idioma del destino y el nivel con el que cuenta el participante. Asimismo, "muchos evalúan la cercanía a otros destinos turísticos de interés" (Sofía) como es el caso de Asia, Europa o de las grandes ciudades dentro de Estados Unidos: "NYC, San Francisco y Florida son los destinos más buscados por quienes tienen esta última prioridad." (Jimena)

Sin embargo Sofía agrega que existen otros factores que intervienen en la elección del destino y no se relacionan precisamente con características del lugar, sino con la obtención de la visa (requisitos, duración del programa, etc), y con la influencia de terceros, como las experiencias pasadas de amigos o la presencia de ellos en el destino. Con respecto a este último punto, el estudio de Inkson & Myers (2003) también reflejaba que las experiencias de amigos pueden despertar tanto el deseo de realizar el programa, como definir el destino del viaje.

¿Hay diferencias de perfiles entre quienes eligen un work and travel a Estados Unidos por sobre los otros destinos (Nueva Zelanda, Australia, Francia, Dinamarca, Irlanda, Alemania y Noruega)?

Es posible que los jóvenes que eligen un mismo destino, presenten características en común más específicas dentro de su personalidad o sus necesidades, y que los diferencian del resto de los participantes. En principio, podría creerse que existen dos grupos que separan a los participantes del programa el Summer Work and Travel USA de aquellos que optan por el programa Working Holiday con estadía máxima de un año. Según Sofía "son viajes similares y diferentes al mismo tiempo, que están relacionados con el momento y edad de estas personas. Para el W&T que se ofrece a EEUU, uno abona un programa bastante caro en una agencia de viajes que se encarga de casi todo, y los chicos llevan la tranquilidad de un trabajo asegurado." "En los otros casos, la persona hace todo, consigue la visa, se compra el pasaje, llega a destino y se busca trabajo, casa, comida, todo! Y en este caso, suele ser solventado por los jóvenes mismos." (Bernardo). Jimena agrega que "para viajar a los "otros destinos" es necesario un poco más de independencia, predisposición y más disponibilidad de tiempo."

Por último, se preguntó:

¿Cambian las motivaciones cuando los jóvenes repiten la experiencia?

Bernardo cree que “un poco si, aunque no tanto, como cualquier cosa que no es nueva. La primera vez es siempre la primera vez, pero también uno agarra experiencia y se lo sigue disfrutando mucho más, de otra forma.” Quienes repiten la experiencia en el mismo lugar, o a una cultura similar a la anterior “ya superaron una vez el shock cultural inicial, ya saben por lo que van a pasar a lo largo del proceso y creen tener un poco más claro qué es eso que buscan con el viaje” (Jimena). Sofía añade que además “aumentan las expectativas” de estos jóvenes.

Encuestas

Metodología

Para analizar en detalle las motivaciones de los jóvenes argentinos que realizan estas experiencias de Vacaciones y Trabajo en el exterior se realizó una encuesta a participantes de dichos programas. La encuesta se encuentra dividida en cuatro secciones, donde la primera está abocada a datos personales (edad, sexo, destino elegido, etc.), la segunda a las motivaciones culturales relacionadas con los factores que intervienen en la elección del destino, la tercera a las motivaciones sociopsicológicas, y por último la cuarta sección apunta a los resultados concluida la experiencia.

A lo largo de la encuesta se utilizaron en su mayoría preguntas cerradas de elección única, dos preguntas de elección múltiple, y escalas de importancia para la obtención de información cuantitativa. No obstante se presentó una pregunta abierta no obligatoria a los encuestados para un análisis más profundo de la temática.

Se realizó en principio un muestreo por "bola de nieve", solicitando a los propios ex participantes conocidos que inviten a otros miembros de la población objetivo a realizar la encuesta. En simultáneo se publicó la encuesta en los grupos de Facebook de argentinos en Australia, Nueva Zelanda, Francia, Dinamarca, Irlanda, Alemania, y Noruega con visas Working Holiday. De esta forma se logró alcanzar una muestra total de 332 jóvenes entre 17 y 32 años, con un resultado de 70,5% de mujeres y un 29,5% de hombres.

Análisis de resultados

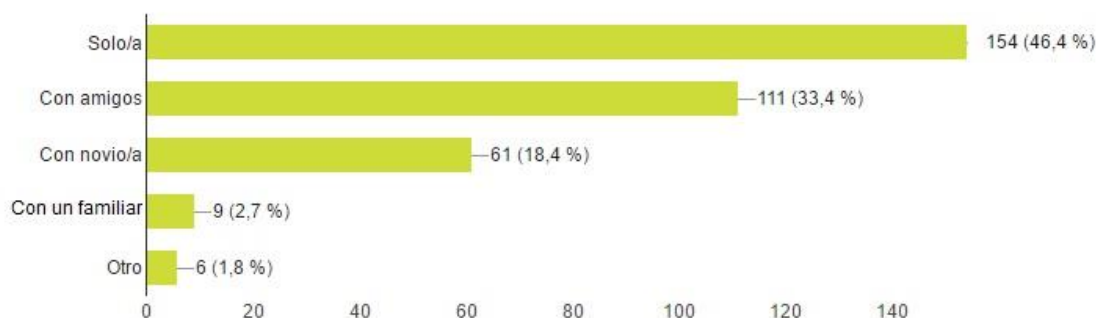
Al igual que en el cálculo de cantidad de participantes por destino por año, Estados Unidos fue el destino más elegido dentro de la muestra, con un 38,9%. Le siguieron otros dos destinos muy populares entre estos viajeros como son Australia y Nueva Zelanda, mientras que los últimos países en firmar el acuerdo (Alemania y Noruega) todavía no reúnen muchos participantes, y por consecuencia tampoco encuestados.

Destino de los encuestados		
País	Cantidad de encuestados	Porcentaje del total
Estados Unidos	129	38,9%
Australia	76	22,9%
Nueva Zelanda	63	19,0%
Francia	28	8,4%

Irlanda	22	6,6%
Dinamarca	10	3,0%
Alemania	4	1,2%
Noruega	0	0%
Total	332	100%

La mayoría manifestó que conocieron el programa a través de la experiencia de amigos, familiares o conocidos (68,7%), y en segundo lugar aparecen las redes sociales y los blogs especializados (19,6%) como los responsables de la difusión. Solo el 5,7% se enteró gracias a las empresas de turismo especializadas, el 1,5% a través de la universidad y otro 4,5% por otros medios, entre ellos viajando, y por la embajada del país que luego visitaron.

¿Con quién realizaste el viaje? (332 respuestas)



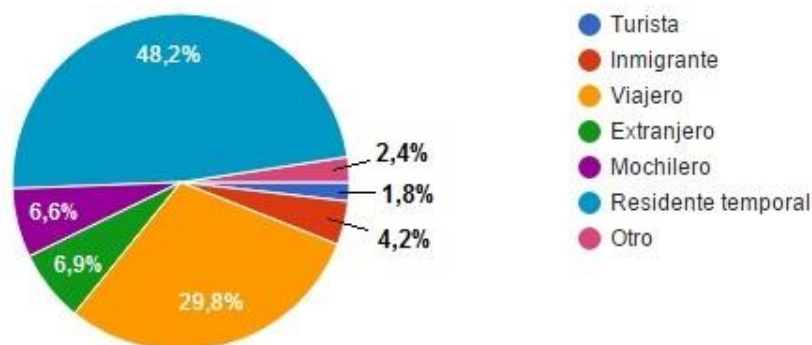
Casi la mitad de los jóvenes encuestados emprendió su Work and Travel solo, lo cual da señales del alto nivel de apertura a las nuevas experiencias que presentan los participantes del programa. El otro 54% se divide entre quienes viajaron acompañados, siendo “con amigos” y “con novio/a” las opciones más populares.

En cuanto a las edades de los participantes, el promedio de los 332 encuestados es de 23,6 años. En el cuadro que aparece debajo se puede observar que ese promedio combina a los numerosos jóvenes de 21 años que se inician en la modalidad de Work and Travel con un viaje a los Estados Unidos durante sus años universitarios con el resto que eligen destinos más variados al terminar sus estudios.

Destino	Edad promedio de los participantes por destino
Estados Unidos	21
Australia	26
Nueva Zelanda	24
Francia	25
Irlanda	25
Dinamarca	26
Alemania	22
Promedio total de la muestra	23,6

Con respecto a la pregunta “¿Cómo te definirías durante tu estadía?”, la mitad de los encuestados eligió la opción de “Residente temporal” lo que habla del gran sentido de pertenencia con el destino que desarrollan durante su Work and Travel. Otra de las opciones más elegida fue la de “Viajero” con el 29,8% de los encuestados. Esta opción apela al imaginario creado por los jóvenes en el cual el viajero es alguien virtuoso, sociable, pionero, intrépido, y comprometido con el estilo de vida que desea (Benson, & O’Reilly, 2009).

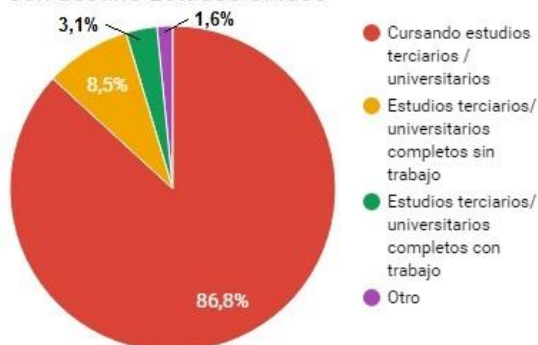
¿Cómo te definirías en tu estadía en el destino?



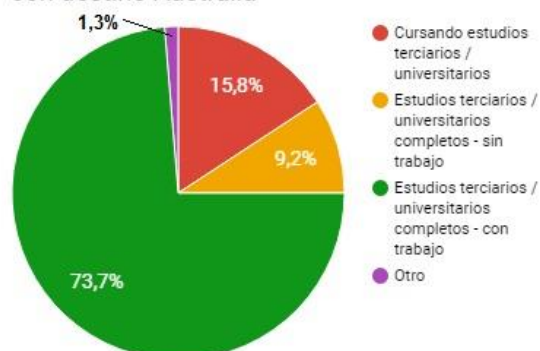
Los jóvenes suelen pasar por varias facetas durante su viaje, alternando momentos de asentamiento, con escapadas como turistas lo que dificulta su propia definición. Es común asociar el tiempo en que se encuentran trabajando como un tiempo de residencia, debido a que todas las actividades que realizan durante este período se asemejan a un ciudadano más; es por esto que no resulta sorprendente que la opción “residente temporal” sea la más elegida.

Para finalizar con el perfil de los encuestados se consultó sobre su situación académica previa a realizar el viaje. Los resultados indican que 44,3% de los participantes se encontraban “cursando estudios terciarios o universitarios”, otro 36,7% poseía “estudios terciarios/universitarios completos y trabajo”, un 10,8% “estudios terciarios/universitarios completos sin trabajo”, 4,5% “estudios secundarios completos” y una minoría respondió “otros”. Dados los requisitos de los programas, y la edad de los participantes se analizó esta situación por destino para ver las diferencias en las características de los participantes.

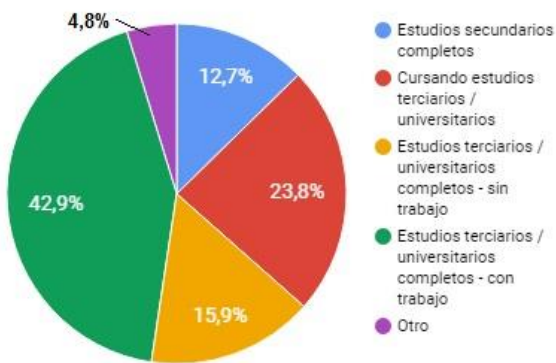
Situación académica y laboral encuestados con destino Estados Unidos



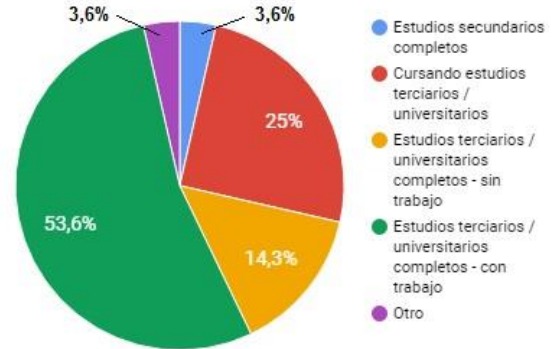
Situación académica y laboral de encuestados con destino Australia



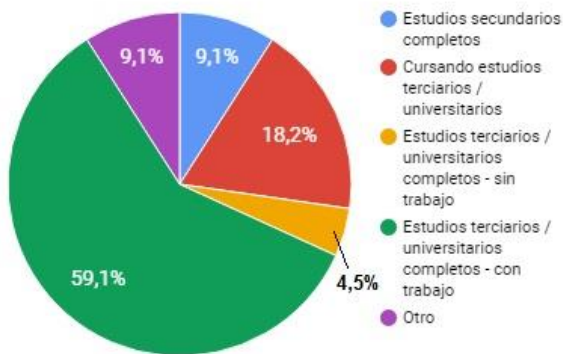
Situación académica y laboral de encuestados con destino Nueva Zelanda



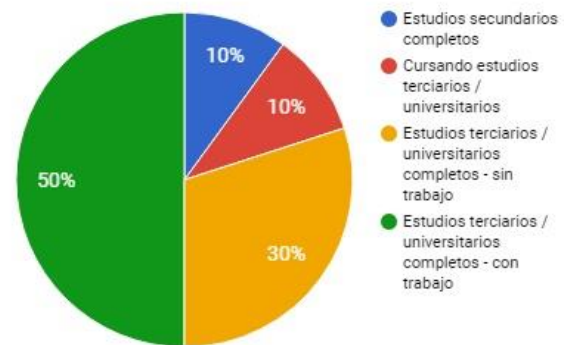
Situación académica y laboral de encuestados con destino Francia



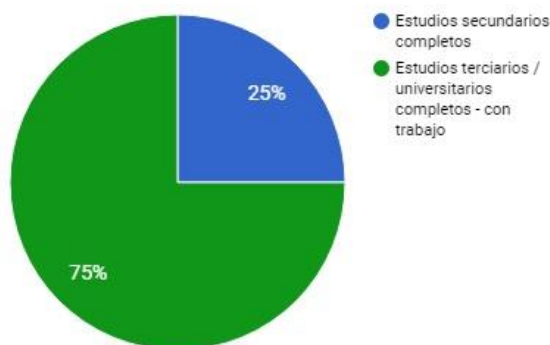
Situación académica y laboral de encuestados con destino Irlanda



Situación académica y laboral de encuestados con destino Dinamarca



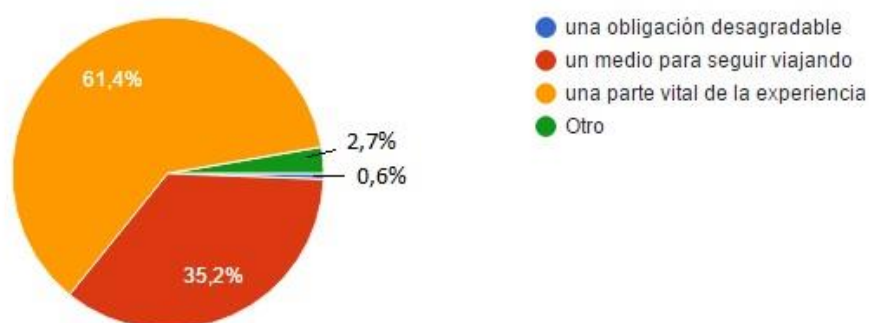
Situación académica y laboral de encuestados con destino Alemania



A través de estos gráficos se puede apreciar que los participantes que hacen el programa estadounidense son en su mayoría estudiantes terciarios/universitarios (86,8%), mientras que otro porcentaje menor (8,5%) acaba de completar sus estudios terciarios/universitarios pero no posee trabajo, lo cual es lógico dado el promedio de edad de los encuestados, los requisitos y la duración del programa. Francia y Nueva Zelanda también presentan un importante porcentaje de estudiantes con 25% y 23,8% respectivamente.

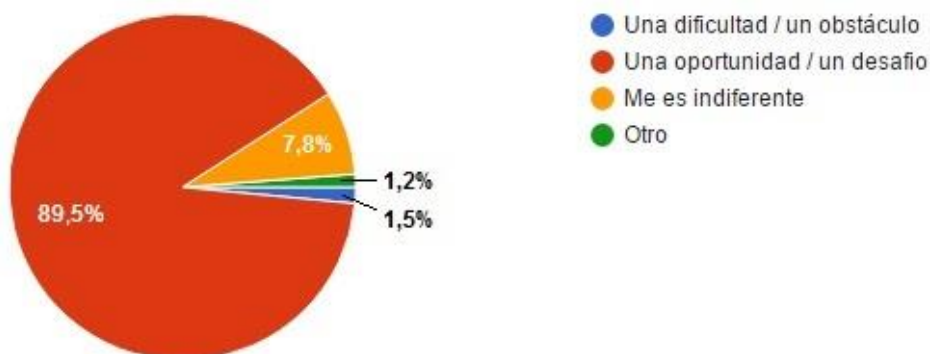
Por otro lado, los jóvenes que eligen los Working Holiday con estadía máxima de un año, en su mayoría ya han finalizado su educación superior, y hasta cuentan con trabajo, lo cual indica que renuncian a su estabilidad para emprender un viaje en el cual llegan al destino sin contrato laboral. Esta situación es más marcada entre los participantes que eligieron Alemania (75%), Australia (73,7%) e Irlanda (59,1%), mientras que aquellos que poseen más porcentaje de participantes con una educación secundaria son Alemania (25% - aunque se trata de 1 caso entre 4 encuestados), y Nueva Zelanda (12,7%).

¿Cómo consideras la actividad laboral durante el programa?



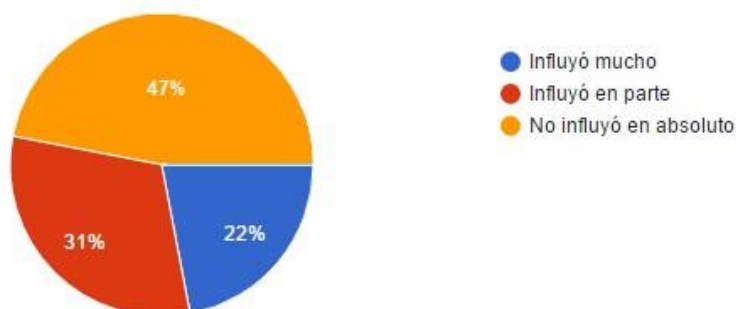
La siguiente pregunta estuvo destinada a indagar sobre la relación de los participantes con el trabajo. Cuando se les preguntó cómo consideraban la actividad laboral durante el programa, más de la mitad de los jóvenes (61,4%) se manifestó muy positivo, señalando a la misma como “una parte vital de la experiencia”. Otro tercio de la muestra percibe a la misma como “un medio para seguir viajando” y sólo dos encuestados manifestaron que es “una obligación necesaria”. Resulta interesante comparar los resultados de esta pregunta con los expresado por Uriely (2000) en su clasificación de los turistas que trabajan (marco teórico). Según la denominación de este autor, los “turistas Working Holiday” suelen entender el trabajo como una actividad recreativa, parte de su experiencia turística. Aunque en su mayoría las respuestas concuerdan con su descripción, vemos que existe una porción no menor de viajeros que se ven más identificados con la categoría de “viajeros no institucionalizados que trabajan” los cuales recurren a la actividad laboral a fin de financiar su viaje prolongado.

¿Cómo concebís la diferencia idiomática?



Como se desarrolló anteriormente el aprendizaje o perfeccionamiento de un idioma puede resultar una motivación importante tanto en la decisión de realizar un programa de “Vacaciones y Trabajo” en el exterior como en la elección del destino. El 89,5% de los encuestados respondió que conciben la diferencia idiomática como “una oportunidad y un desafío”, lo cual da cuenta de lo importante que es este factor para los participantes. Sin embargo, la minoría que manifestó que le “es indiferente” responde casualmente a jóvenes que han viajado a países de habla inglesa como Estados Unidos, Australia, Nueva Zelanda e Irlanda, lo cual podría indicar que debido a su nivel de educación han alcanzado un manejo del inglés con el cual se sienten muy cómodos y hasta naturalizados con el mismo. Por otro lado, quienes consideran a la diferencia idiomática como “una dificultad y un obstáculo”, corresponden a viajeros que fueron a Alemania, Dinamarca, Australia e Irlanda. Teniendo en cuenta que sólo hubo 4 encuestados que viajaron a Alemania, y 2 de ellos respondieron que fue un obstáculo, se podría deducir que una de las barreras que enfrentan los participantes y que puede ser motivo de evasión del destino es su idioma.

¿Cómo influyó la situación económica, política y social de Argentina en tu decisión de hacer este programa?

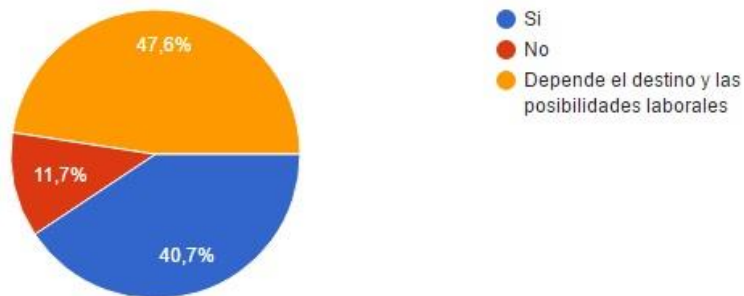


El objetivo era indagar si la situación que está transitando Argentina en la esfera social, política y económica constituía un factor de escape para algunos jóvenes y los impulsaba a irse del país por un tiempo en busca de mejores condiciones. Frente a esta pregunta se encontraron opiniones repartidas. Más de la mitad de la muestra considera que la situación del país tuvo algún tipo de influencia en su decisión, no obstante el otro 47% de los encuestados expresó que “no influyó en absoluto”.

Si se suman todos aquellos que respondieron que influyó mucho o en parte, y se dividen por la cantidad de encuestados a ese destino, es posible interpretar que quienes eligen países como Australia, Nueva Zelanda, Francia y Alemania tienen una tendencia mayor a ser afectados por la situación de Argentina. Otra vez, cabe destacar que de 4 encuestados que fueron a Alemania, 3 expresaron que la situación del país influyó mucho y 1 que la situación influyó en parte, lo cual llama la atención.



¿Realizarías otro work and travel en un país en vías de desarrollo? Como por ejemplo Colombia, Vietnam o Sudáfrica.



Ante la posterior consulta de si realizarían un Work and Travel en un país en vías de desarrollo como Argentina, las respuestas volvieron a ser dispares. Gran parte de los jóvenes se mostraron abiertos a la posibilidad, aunque otro porcentaje importante de la muestra considera que debe evaluar el destino en particular y las posibilidades laborales.

Por otro lado, al verificar si aquellos que respondieron que “no” coincidía con los encuestados que manifestaron que la situación del país influyó mucho o en parte, el resultado fue negativo. Es decir, de los 39 participantes que respondieron que no realizarían el programa en un país subdesarrollado, sólo 22 de ellos se vieron influenciados por el presente de Argentina.

Motivaciones culturales

Se le pidió a los encuestados que califiquen los siguientes atributos según la importancia que tuvieron a la hora de elegir el destino de su Work and Travel, donde 1 es nada importante, 2 indiferente, 3 poco importante, 4 importante y 5 muy importante.

De esta manera se identifican qué factores *pull* son los más influyentes entre los jóvenes.

Sensación de tranquilidad/seguridad (332 respuestas)

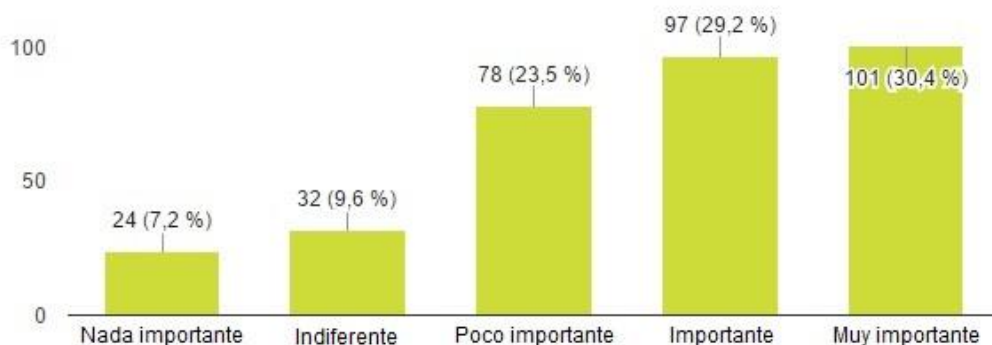


El primer factor fue la “sensación de tranquilidad y seguridad” del destino. Los encuestados, en su mayoría, dieron una valoración alta a dicho atributo ya que el 63,5% lo calificó como importante o muy importante.

Dentro de este porcentaje no existen diferencias significativas por género, pero se pueden apreciar disparidades según el destino elegido por estos participantes. Los tres países que se encuentran por encima del promedio son casualmente los que se encuentran entre los 15 primeros según el Índice Global de Paz de 2016 y los cuales no han sufridos ataques terroristas en el último tiempo. Este es el caso de los encuestados que realizaron su programa en Dinamarca, país considerado el 2do más pacífico y seguro del mundo, quienes viajaron a Australia, que posee el puesto número 15 del mismo ranking, y quienes fueron a Nueva Zelanda, que ocupa el 4to puesto.

Destino elegido	Encuestados que valoraron con 4 o 5 la tranquilidad / seguridad	% sobre el total de viajeros encuestados a ese destino
Estados Unidos	78 / 129	60,4%
Australia	54 / 76	71%
Nueva Zelanda	42 / 63	66,6%
Francia	17 / 28	60,7%
Irlanda	11 / 22	50%
Dinamarca	7 / 10	70%
Alemania	2 / 4	50%

Posibilidades laborales y de hacer diferencia económica (332 respuestas)



El siguiente factor fueron las “posibilidades laborales y de hacer una diferencia económica” que ofrece el destino. Con respecto a esta variable, el 59,6% de los participantes la considera importante o muy importante y evalúa las oportunidades económicas que brinda el destino antes de elegirlo.

Algo por encima de la media se encuentran aquellos que realizan su programa en Dinamarca (60%) y Nueva Zelanda (66,6%), y aún más interesados por el salario parecen ser quienes eligen Alemania (75%) o Australia (75%), este último justamente es el país con el salario más alto por ley dentro de las opciones disponibles para argentinos.

Destino elegido	Encuestados que valoraron con 4 o 5 las posibilidades laborales y de diferencia económica	% sobre el total de viajeros encuestados a ese destino
Estados Unidos	71 / 129	55%
Australia	57 / 76	75%
Nueva Zelanda	42 / 63	66,6%
Francia	11 / 28	39,2%
Irlanda	9 / 22	40,9%
Dinamarca	6 / 10	60%
Alemania	3 / 4	75%

La cultura e historia del destino (332 respuestas)



El tercer factor fue “la cultura e historia del destino”, variable que recibió una calificación más baja con respecto a las otras. En total, las respuestas se dividieron entre quienes creen que es “nada importante”, “indiferente” o “poco importante”, 51,1% de la muestra, y quienes creen que es “importante” o “muy importante” con un 48,8%.

De los 61 participantes que eligieron los puntajes más bajos (1 y 2), 59 corresponden a jóvenes que realizaron su programa en Estados Unidos, Australia o Nueva Zelanda. Mientras que los que demuestran mayor interés (4 y 5 puntos) son aquellos encuestados que eligieron destinos europeos, siendo Francia, Irlanda y Alemania los más destacados. Este dato no es menor, y aporta una característica diferenciadora a los perfiles de los viajeros y también al propósito de su viaje.

Destino elegido	Encuestados que valoraron con 4 o 5 la cultura e historia del destino	% sobre el total de viajeros encuestados a ese destino
Estados Unidos	58 / 129	44,9%
Australia	33 / 76	43,4%
Nueva Zelanda	23 / 63	36,5%
Francia	22 / 28	78,5%
Irlanda	18 / 22	81,8%
Dinamarca	6 / 10	60%
Alemania	3 / 4	75%

Proximidad a otros destinos turísticos (332 respuestas)



El siguiente factor fue “la proximidad a otros destinos turísticos” referido a la posibilidad de que muchos jóvenes eligen el lugar de su Work and Travel teniendo en cuenta otros destinos turísticos aledaños, ya sea dentro del mismo país, continente o incluso solo por accesibilidad. El resultado fue contundente, el 41,3% cree que es “muy importante” y el 28,9% “importante”.

Aunque sin grandes diferencias entre países, los europeos vuelven a tomar la delantera. La posibilidad de visitar otro país a solo 2 horas de vuelo, o 4-5 horas en tren resulta atractivo y permite realizar pequeños “breaks” o vacaciones a lo largo de la estadía. Por otro lado, elegir Australia o Nueva Zelanda, significa para muchos el trampolín para recorrer el Sudeste Asiático. Aunque el pasaje puede costar algunos dólares más, el alojamiento y las comidas son extremadamente accesibles y permiten estadías más largas. Mientras que los jóvenes que realizan su Work and Travel a Estados Unidos posiblemente no salgan de los límites de este país, pero se desplacen a los centros turísticos más reconocidos como Nueva York, Miami, San Francisco, Las Vegas, Hawaii, entre otros.

Destino elegido	Encuestados que valoraron con 4 o 5 la proximidad a otros destinos turísticos	% sobre el total de viajeros encuestados a ese destino
Estados Unidos	87 / 129	67,4%
Australia	53 / 76	69,7%
Nueva Zelanda	41 / 63	65%
Francia	23 / 28	82,1%
Irlanda	19 / 22	86,3%
Dinamarca	7 / 10	70%
Alemania	3 / 4	75%

Posibilidad de interacción con otros jóvenes (332 respuestas)



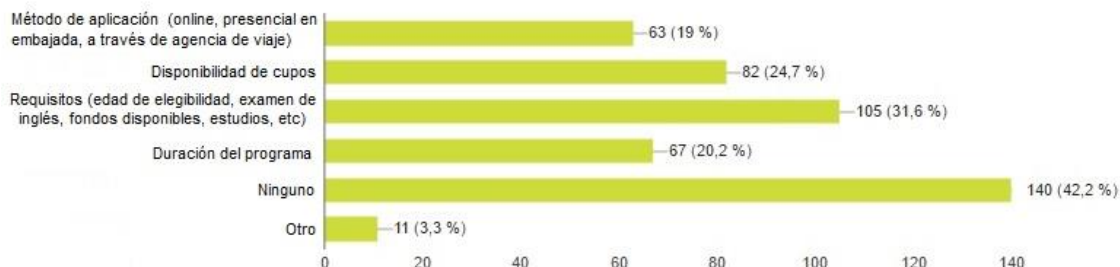
El último atributo fue la "posibilidad de interacción con otros jóvenes" en referencia a la importancia dada por los participantes de realizar nuevas amistades y conocer jóvenes de otros países, aludiendo a la multiculturalidad. Este fue altamente apreciado por los encuestados ya que en su mayoría (71,4%) lo consideran "importante" o "muy importante" y da cuenta de lo significativa que es la interacción social y las relaciones interpersonales dentro de la experiencia.

Cuando se analizan las respuestas por destino de los encuestados se encuentran grandes diferencias. Principalmente quienes valoraron tan alto este factor fueron los participantes del programa Work and Travel USA. A diferencia del resto de los países, el programa en Estados Unidos tiene la característica de que los jóvenes van con un trabajo seguro en un lugar estipulado, en el cual permanecen de principio a fin del contrato laboral. Con este tipo de modalidad, son muchos los jóvenes que viven y trabajan en el mismo lugar de 3 a 4 meses, tiempo suficiente para afianzar las relaciones con sus pares. Otra característica es que suelen ser más chicos, con edades de entre 18 y 23 años mayormente, lo cual tiende a hacerlos más sociales.

En otros destinos, en cambio, tienen una modalidad más libre, y en el transcurso del viaje irán conociendo otros viajeros que a lo mejor solo coincidan por tiempo reducido. El recambio es mayor, si se termina el trabajo en un destino posiblemente se trasladen a otro, y están quienes arrancan su viaje, y quienes ya lo están terminando. En países como Australia y Nueva Zelanda la interacción con otros *working holiday makers* suele ser muy activa ya que son los dos países líderes en recibir estos tipos de viajeros, lo cual se refleja en la respuesta de dichos encuestados, sobre todo en el caso de Nueva Zelanda.

Destino elegido	Encuestados que valoraron con 4 o 5 la posibilidad de interacción con otros jóvenes	% sobre el total de viajeros encuestados a ese destino
Estados Unidos	109 / 129	84,5%
Australia	48 / 76	63,1%
Nueva Zelanda	46 / 63	73%
Francia	16 / 28	57,1%
Irlanda	11 / 22	50%
Dinamarca	4 / 10	40%

¿Algunos de estos factores relacionados con la obtención de la visa influyeron en la elección del destino? (332 respuestas)



Algunos destinos son elegidos por los viajeros por su idioma, otros por su cultura, o por las condiciones laborales, mientras que algunos jóvenes ven condicionada su elección por factores relacionados con la obtención de la visa. Esto sucede principalmente para quienes ya pasaron los 30 años, no quieren reunir tanto papelerío, o no disponen de tanto tiempo para alejarse de sus estudios o trabajos. Aunque el 42,2% de la muestra dijo no haber sido influido por ninguna de las variables, el restante 57,8% manifestó que uno o más factores condicionaron su elección.

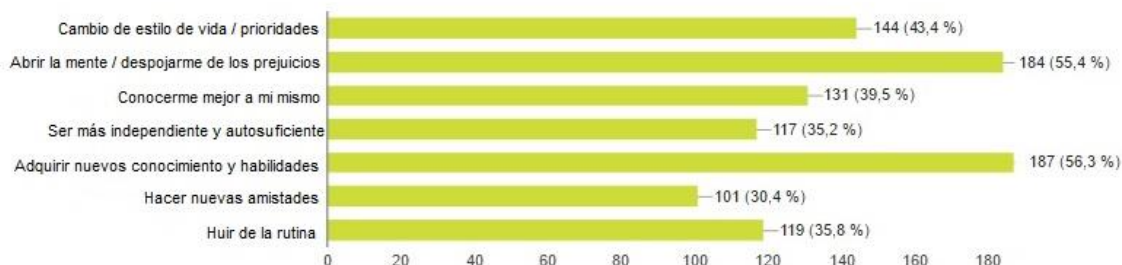
Dentro de ellos, el de mayor incidencia fueron los “requisitos: edad de elegibilidad, examen de inglés, fondos disponibles, estudios, etc.” siendo los participantes de Dinamarca, Nueva Zelanda y Francia los más afectados. A su vez, un cuarto de la muestra se vio influido por la “disponibilidad de cupos”; algunos vieron la oportunidad de postularse para un destino que tenía vacantes disponibles y eso ayudó a su decisión, pero otros tuvieron que cambiar de plan al no conseguir cupo en destinos como Nueva Zelanda (aplican alrededor de 7 mil al mismo tiempo y solo hay 1000 visas) o Australia, que tienen una fecha específica de postulación.

En tercer lugar se ubica la “duración del programa”, con un 20,2%, afecta principalmente a los estudiantes que deben regresar a seguir con su formación terciaria o universitaria. Por lo tanto, esta variable fue marcada en su mayoría por los jóvenes que realizan los Work and Travel a Estados Unidos y otra pequeña proporción que eligió los países del continente oceánico con la intención de prolongar su estadía recurriendo a las herramientas de extensión de la visa que se mencionaron con anterioridad.

Por último, el “método de aplicación (online, presencial, a través de agencia de viajes)” fue un determinante para el 19% de la muestra, en especial para quienes optaron por, Dinamarca que tiene la posibilidad de aplicar estando una vez allá, Francia que ofrece postularse a la visa en cualquier embajada francesa en el mundo, o la postulación online de Nueva Zelanda.

Motivaciones Sociopsicológicas

¿Que deseabas lograr a través de tu experiencia work and travel? (Selecciona máximo 3 opciones)
(332 respuestas)



Como se explicó anteriormente, las motivaciones sociopsicológicas o factores *push* tienen que ver con los deseos intangibles e intrínsecos del viajero. Difícilmente el individuo se sienta atraído a realizar un viaje prolongado por un solo motivo personal, por lo que se les dio la oportunidad a los encuestados de que seleccionen hasta 3 opciones.

Los resultados indican que el 56,3% de los jóvenes que realizan programas de Vacaciones y Trabajo desean “adquirir nuevos conocimientos y habilidades”. Estos aprendizajes abarcan un amplio espectro, no solo en lo cultural y lo social, también a través de los nuevos trabajos. Más allá de las actividades que implica trabajar como barista, limpiando baños o en los campos de cultivo, los jóvenes aprenden a relacionarse y hacerse valer laboralmente en otro idioma y bajo otras costumbres. Esta motivación tendió a ser más fuerte entre los participantes que viajaron a Francia e Irlanda.

Adquirir nuevos conocimientos y habilidades	Encuestados que desean adquirir nuevos conocimientos y habilidades sobre total de encuestados a ese destino	% sobre el total de viajeros encuestados a ese destino
USA	76 / 129	58,9%
Australia	42 / 76	55,3%
Nueva Zelanda	27 / 63	42,9%
Francia	21 / 28	75%
Irlanda	15 / 22	68,2%
Dinamarca	4 / 10	40%
Alemania	2 / 4	50%
Total	187	

En segundo lugar, 55,4% de la muestra manifestó que buscan “abrir la mente y despojarse de los prejuicios” a través del programa. Como resultado de la inmersión en otra cultura, la interacción con jóvenes de otras nacionalidades y la práctica de nuevas actividades laborales y recreativas es que los participantes derriban preconceptos instalados por otros individuos o los medios de comunicación para ver el

mundo con sus propios ojos. En general esta motivación no distingue destinos, se encuentran levemente por encima de la media los participantes del programa francés y estadounidense.

Abrir la mente/ despojarse de los prejuicios	Encuestados que desean abrir la mente / despojarse de los prejuicios sobre total de encuestados a ese destino	% sobre el total de viajeros encuestados a ese destino
USA	77 / 129	59,7%
Australia	40 / 76	52,6%
Nueva Zelanda	33 / 63	52,4%
Francia	17 / 28	60,7%
Irlanda	11 / 22	50%
Dinamarca	4 / 10	40%
Alemania	2 / 4	50%
Total	184	

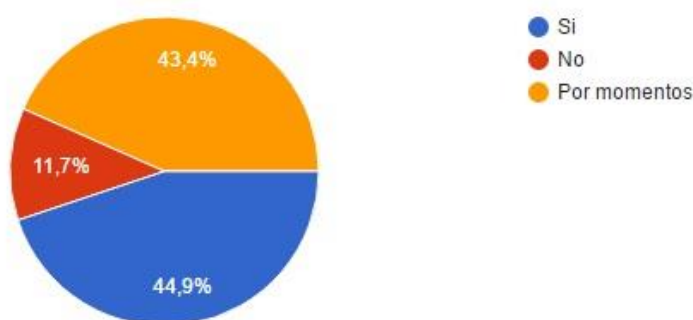
La siguiente motivación más elegida guarda en algún punto relación con la anterior. 43,4% de quienes emprenden un Work and Travel quieren un cambio de estilo de vida y prioridades, asociado a la desmaterialización, la adopción de un ritmo de vida menos estresante, aunque también a mejorar la calidad de vida. Es por esto que no resulta del todo novedoso que quienes persiguen este propósito sean los participantes que eligen como destino a Dinamarca, el país más seguro y el más feliz del mundo, Australia, elegido el segundo país con mejor calidad de vida del planeta, y Nueva Zelanda, el país menos corrupto del mundo. Por el contrario, quienes menos interés tienen en el cambio de prioridades son los jóvenes que realizan el programa de verano en Estados Unidos.

Cambio de estilo de vida / prioridades	Encuestados que desean un cambio de estilo de vida sobre total de encuestados a ese destino	% sobre el total de viajeros encuestados a ese destino
USA	34 / 129	26,4%
Australia	43 / 76	56,6%
Nueva Zelanda	35 / 63	55,6%
Francia	14 / 28	50%
Irlanda	9 / 22	40,9%
Dinamarca	7 / 10	70%
Alemania	2 / 4	50%
Total	144	

En cuarto lugar se encuentra el deseo de “conocerse mejor a sí mismo” (39,5%), del autodescubrimiento a través del viaje. Entre quienes tienden a perseguir con mayor intensidad este objetivo se destacan los viajeros que eligen Nueva Zelanda (55%), y por el contrario, quienes menos interés tienen son los viajeros que acuden a Estados Unidos (30,2%).

Las motivaciones sociopsicológicas menos votadas por la muestra fueron “huir de la rutina” (35,8%), “ser más independiente” (35,2%) y en el último lugar “hacer nuevas amistades” (30,4%).

¿Considerás que a lo largo del viaje adoptaste una manera diferente de actuar a la habitual ?



Al viajar muchos individuos tienden a “liberarse”, como producto de un entorno nuevo que los desconoce, dejando de lado las reglas mentales y con la idea de que tal vez nunca serán tan jóvenes como en ese momento y lugar. La adrenalina del viaje los empuja más allá de lo conocido y les ofrece cientos de oportunidades para probar algo nuevo a cada instante.

Al preguntarle a los participantes si consideraban que se habían comportado diferente durante esta experiencia, casi la mitad de los jóvenes encuestados admitió que “sí”, y otro porcentaje similar dijo hacerlo “por momentos”. Los resultados confirman en líneas generales la tendencia a actuar fuera de la estructura de la vida cotidiana.

Sin embargo existe un 11,7% que negó actuar de manera diferente durante la experiencia. Cuando se cruza esta respuesta con “en compañía de quién viajaron”, se percibe que existe una inclinación a que esto suceda entre quienes viajaron con un familiar (4/9 - 44,4%) y quienes viajaron en pareja (12/61 - 19,7%), mientras que aquellos que lo hicieron solos son los más propensos a desestructurarse.

Encuestados que respondieron que no creen actuar diferente durante la experiencia			
¿Con quién viajaste?	Cantidad de votos negativos	% sobre el total de respuestas negativas	% sobre los que viajan en esa condición
Solo/a	12	30,8%	7,8%
Con amigos	11	28,2%	9,9%
Con novio/a	12	30,8%	19,7%

Con un familiar	4	10,3%	44,4%
Total	39	100%	

¿Por qué crees que en el Work and Travel muchos jóvenes aceptan realizar trabajos que nunca harían en Argentina?

Durante los Work and Travel muchos jóvenes aceptan realizar trabajos que nunca antes habían hecho en Argentina y que probablemente nunca harían de acuerdo al nivel de estudios y/o económico que presentan. Debido a la carencia de antecedentes y las múltiples posibles respuestas es que se planteó esta pregunta abierta y no obligatoria.

Entre las 209 respuestas recibidas se presentan las más destacadas:

Económicas

"Porque los sueldos son mucho mejores y alcanzan para vivir e incluso ahorrar, cosa que en mi país no es fácil aunque tengas una profesión." - **Mujer, 28 años, Australia**

"Porque el sueldo rinde el doble. En el primer mundo se gana más por trabajar menos horas (de moza) que en Argentina 9 hs en un trabajo "calificado" (aquel para el cual se requiere de título universitario)." - **Mujer, 23 años, Estados Unidos**

"La razón es principalmente monetaria, sin duda. En mi país esos trabajos no están bien remunerados, pero en USA (donde yo hice mi W&T) lo que ganaba era más que suficiente para viajar, hacer compras y mantenerme." - **Mujer, 23 años, Estados Unidos**

"Porque tanto el salario como las condiciones laborales son por lejos, mejores que en Argentina. - **Hombre, 27 años, Dinamarca**

"Porque son temporarios y porque en Argentina esos trabajos estan mal pagos, sin seguridad social, y la gente te hace sentir poca cosa x haces esos trabajos." - **Mujer, 21 años, Estados Unidos.**

"Porque pagan 3 o 4 veces más que en Argentina." - **Mujer, 23 años, Nueva Zelanda**

El trabajo es secundario

"Porque el trabajo es una excusa que te abre muchísimas puertas y queda como algo secundario." - **Mujer, 20 años, Estados Unidos**

"Porque, para mí, los trabajos en el work and travel se basan en la experiencia de conocer nuevas personas, idiomas, culturas, sin importar el trabajo en sí." - **Mujer, 22 años, Estados Unidos**

"El hecho de estar en otro país y que se hable otro idioma hace que el trabajo no se sienta como tal. Además la paga no es la misma que en tu país, motiva mucho más." - **Hombre, 23 años, Irlanda**

"Porque el objetivo no reside en lo laboral (durante ese momento que dura la visa), sino en la experiencia que implica viajar y conocer otras culturas, país e idioma. Es crecimiento desde otra perspectiva; si quiero ponerle foco a lo laboral lo puedo hacer en mi país o mediante otro tipo de viaje. Es un aprendizaje en otro sentido." - **Mujer, 29 años, Australia**

No está mal visto

“Porque estás alejado de las presiones de tu entorno que te indican que hay ciertos trabajos para los que estás demasiado calificado, ese prejuicio se va cuando se entiende que estás haciendo un viaje y que en otro país eso es aceptable y hasta bien visto.” - **Mujer, 24 años, Francia**

“Porque cuando estás en tu país e hiciste una carrera, lo natural es desarrollarte en ese ámbito y todo otro trabajo se ve (hacia afuera y hacia adentro) como un desvío o involución. En cambio, estando de viaje lo "normal" es trabajar "de cualquier cosa" y al despojarte de ese prejuicio, se te abre un mundo entero de posibilidades de nuevas cosas que ahora pueden ser "lo tuyo" o no.” - **Mujer, 24 años, Australia**

"Por q es temporal, termina siendo como un juego, una experiencia. Y porq en los países donde esto ocurre no hay prejuicios con este tipo de puestos de trabajo." -**Mujer, 25 años, Francia**

Es temporal y flexible

“Porque suelen ser trabajos *part time*, descontracturados, no muy bien pagos que no me alcanzarían para cubrir mis necesidades en Argentina pero si en el país de destino para seguir viajando.” - **Mujer, 19 años, Estados Unidos**

“Por qué por momento busque trabajos en los que no quería sentir responsabilidad de continuidad y porque me daban la posibilidad de mayor tiempo libre y libertad de cambiarlos sin mucha vueltas” - **Mujer, 27 años, Australia**

“Porque son temporarios, el compromiso con el trabajo y las responsabilidades son nulas y uno puede abandonarlo cuando se le plazca, sea porque ya vivió la experiencia que quería o porque junto la plata necesaria para hacer otra cosa.”-**Hombre, 22 años, Estados Unidos**

“Porque experimentas una sensación de libertad absoluta. Todo es temporario y relativo y uno se rodea de gente de la misma edad haciendo lo mismo que uno. Trabajar de lo que sea, sin la presión de que tenga que ser significativo, con futuro de por medio, es liberador. Uno hace lo que quiere/puede hasta que quiera/pueda. Te cansaste y conseguiste otra cosa enseguida. Seguramente el hecho de que trabajando de camarero/a un par de meses puedas ahorrar suficiente para irte 3 meses a Asia tenga que ver también ;)” - **Mujer, 22 años, Australia**

El contexto

"Porque es por un tiempo determinado en paisajes increíbles y con un estilo de vida superior al que tenía acá."- **Mujer, 26 años, Irlanda**

"Porque aunque parezcan rutinarios, el hecho de hacerlos en otro país, hablando otro idioma y rodeado de una cultura ajena los hace extraordinarios."- **Hombre, 23 años, Estados Unidos**

Los pares están en la misma situación

"Totalmente cierto, mientras trabajaba allá pensaba: en mi país esto no lo hago ni loca!! Yo creo que ya sabes que vas hacer eso y que están todos en la misma, cuando surgía un trabajo era alegrarse e ir, por más que fueran cosas que acá no harías, ya que estudiaste y te formaste para otro tipo de trabajo a fin a tu profesión."- **Mujer, 23 años, Nueva Zelanda**

“Porque todos los que vamos estamos en la misma situación” - **Mujer, 23 años, Estados Unidos**

Explorar otras facetas. Valorar otros trabajos

"Es la manera de hacer algo distinto, la manera de salir de la rutina, experimentar cosas q nunca antes habías hecho, superarme a mí misma en otras actividades no relacionadas con lo q estudie. Ver otro tipo de esfuerzo." - **Mujer, 23 años, Estados Unidos**

"Creo que al final sabes que el trabajo es solo un medio para poder hacer otras cosas y conocer, y que termina siendo un aprendizaje. Yo considero que el trabajo me dejó apreciar el esfuerzo y dedicación que pone una persona que trabaja en el puesto a tiempo completo. También uno es consciente de que es temporal y no lo hace para vivir. Uno en su país de origen busca un trabajo que sea conforme a sus aspiraciones personales." - **Mujer, 21 años, Dinamarca**

"Porque el proposito de esta experiencia fue probar cosas nuevas, en todo aspecto y aprender a valorar el trabajo sin importar cual fueran las tareas designadas por el empleador." - **Mujer, 23 años, Estados Unidos**

"Porque siento que es el momento de mi vida para probar todo lo que en otro momento no probaría." - **Mujer, 24 años, Australia**

"En NZ estoy haciendo trabajos que no haría allá, como picking, packing, gardening, cleaning, moza y mi trabajo actual nanny. Mis razones son:

- 1) porque vine con el objetivo de conocerme y valerme 100% por mi misma
- 2) VIAJAR. Trabajar de un trabajo relajado, sin preocupaciones, que es por temporada o podes dejarlo cuando quieras y que te paguen por semana es perfecto para ahorrar y cumplir mi objetivo de viajar al Sudeste Asiático unos meses y cualquier trabajo es bien remunerado, pagan más de 16 dólares la hora y el trato es bueno y estás rodeado de chicos haciendo la misma experiencia. Se puede ahorrar en muy poco tiempo.
- 3) Te hace dar cuenta de que no hay que desvalorizar ningún trabajo, y menos personas. Ves las cosas desde otro punto. Creo que eso es lo más valioso que te da esta experiencia." - **Mujer, 23 años, Nueva Zelanda**

Porque son los únicos disponibles

"Porque son los únicos puestos de trabajo disponibles en el work and travel." - **Hombre, 20 años, Estados Unidos**

"Porque entiendes que por motivos de idioma, en mi caso, debes empezar de mucho más abajo que en Argentina. Aunque la diferencia es que vale la pena porque sí podes ver frutos en el corto plazo(dinero, calidad de vida, ascensos)" - **Mujer, 23 años, Nueva Zelanda.**

Hay quienes sólo aceptan trabajos que harían en Argentina, pero muchos otros acceden a realizar trabajos que nunca se hubieran imaginado hacer. Aunque algunos recurren a estos por necesidad, por ser los únicos disponibles o al menos los más fáciles de conseguir dadas las limitaciones de la visa, y de la propia duración de la estadía, otros lo hacen por elección.

Entre las múltiples razones que mencionaron los encuestados vemos que se repite innumerables veces el factor económico, destacando la oportunidad que ofrecen estos trabajos de alcanzar una buena calidad de vida, de viajar y ahorrar, al punto que muchos participantes manifestaron que harían esos mismos trabajos si estuvieran igual de bien pagos en Argentina. Incluso algunos encuestados creen que estos trabajos no están condenados socialmente y mal vistos en estos destinos como en Argentina.

En segundo lugar, la informalidad y la flexibilidad de estos puestos posibilita a los jóvenes llevar el estilo de vida relajado que desean durante ese período, carente de responsabilidades trascendentales, lo cual les permite cambiar rápidamente de trabajo al encontrar otro mejor. El hecho de que sean temporales, y al mismo tiempo rodeado

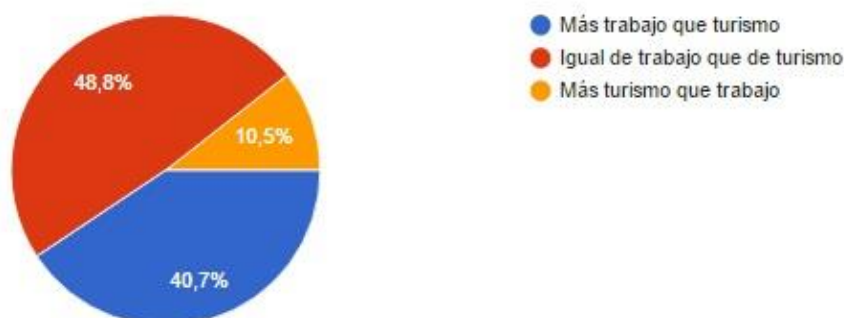
de otros jóvenes en la misma circunstancia alivia la carga de un trabajo que tal vez no elegirían estando en su lugar de origen. De esta forma, el trabajo no se siente como una obligación, en algunos casos se vuelve secundario, como un juego y un medio para encontrarse con amigos y disfrutar todo lo que gira alrededor a él.

El entorno donde están ubicados y dentro del marco del viaje, con la adrenalina que este implica, también es un factor que empuja a los jóvenes a tomar nuevos desafíos y probarse a sí mismos bajo otras condiciones. Algunos creen que estando en la piel de estos trabajadores es que pueden sensibilizarse y apreciar mejor el esfuerzo que antes desvalorizaban, tomándolo como un aprendizaje hacia ser mejores personas.

Concluida la experiencia

Al momento de volver a casa es que los participantes pueden hacer un balance de lo que fue la experiencia en su totalidad. En referencia a este punto, se les hizo tres preguntas. La primera:

¿Cómo fue la relación trabajo-turismo durante tu viaje?



El objetivo era evaluar si se cumple con el idealismo de los gobiernos, de una estadía de vacaciones con trabajo incidental.

Los resultados demuestran que una parte de los jóvenes distribuyen su tiempo equitativamente y otra gran proporción pasa más tiempo trabajando que haciendo turismo, posiblemente con el objetivo de conseguir un ahorro de dinero como resultado de la experiencia, ya que muchos tendrán que afrontar otro año de estudio o la búsqueda de trabajo a su vuelta.

A continuación se analizaron los extremos, para ver qué participantes fueron los que trabajaron más y quienes realizaron más turismo.

¿Quiénes son los que hacen más turismo que trabajo?

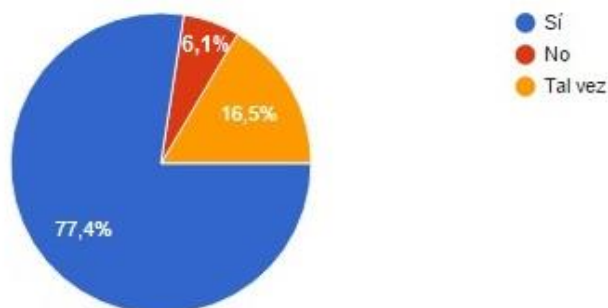
Destino elegido	Encuestados que realizaron más turismo que trabajo	% sobre el total de viajeros encuestados a ese destino
Estados Unidos	5 / 129	3,8%
Australia	10 / 76	13,2%
Nueva Zelanda	5 / 63	7,9%

Francia	8 / 28	28,6%
Irlanda	3 / 22	13,6%
Dinamarca	2 / 10	20%
Alemania	2 / 4	50%

¿Quiénes son los que hacen más trabajo más que turismo?

Destino elegido	Encuestados que realizaron más trabajo que turismo	% sobre el total de viajeros encuestados a ese destino
Estados Unidos	55 / 129	42,6%
Australia	28 / 76	36,8%
Nueva Zelanda	29 / 63	46%
Francia	11 / 28	39,3%
Irlanda	8 / 22	36,4%
Dinamarca	4 / 10	40%
Alemania	0 / 4	0%

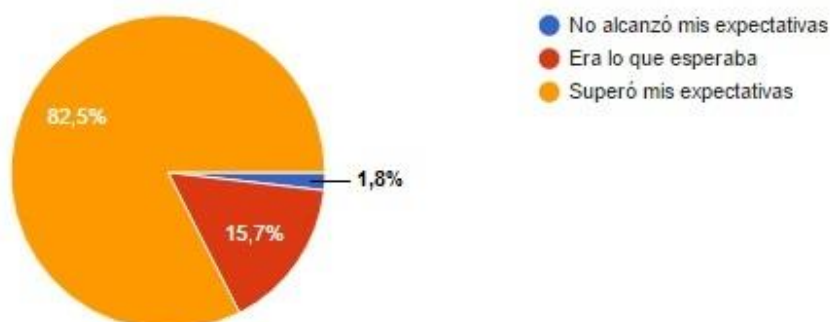
¿Sentís que cambió tu perspectiva de la vida después de participar en el Work and Travel?



Luego se les preguntó si el programa cambió su visión y creencia de la vida. La mayoría de los encuestados declaró que “sí” y un porcentaje menor que “tal vez”. Este resultado habla de un sentimiento mayoritario entre los jóvenes encuestados acerca del carácter transformador de dicha experiencia. A través del contacto con culturas, costumbres e historias de vida diferentes, es que los jóvenes logran desarrollar un entendimiento más amplio del mundo y sus pares. Sus relatos dan cuenta del enriquecimiento cultural, personal y la empatía que alcanzan por medio del programa.

El cambio de perspectiva logrado es justamente el objetivo buscado por muchos de estos jóvenes (55,4%) que manifestaron su deseo de “abrir la mente y despojarse de los prejuicios” cuando se les indagó sobre sus motivaciones intrínsecas y que se trasladará en muchos casos a un posterior cambio de prioridades y de filosofía de vida.

¿Como calificarías tu experiencia respecto de tus expectativas?



Por último, se les preguntó cómo había sido la experiencia con respecto a sus expectativas. El 82,5% de la muestra dijo haber superado sus expectativas, y otro 15,7% que la experiencia “era lo que esperaba”. Sólo 6 encuestados manifestaron que “no alcanzó sus expectativas”, los cuales viajaron solos a Estados Unidos (1), Australia (3) y Nueva Zelanda (2).

Esto permite deducir que aunque la información es cada vez mayor y las expectativas son muchas, la experiencia vivida sigue sorprendiendo a los jóvenes al momento de evaluar todo lo que han pasado durante esos meses. Un viaje prolongado en una cultura diferente deja aprendizajes difíciles de encontrar en la localidad. Sus vivencias han cambiado algo dentro de ellos, y la misión de muchos es transmitirle a otros jóvenes su experiencia, compartir información e incentivarlos a animarse.

Conclusiones

Conforme se desarrolló en un principio, nos encontramos ante una nueva generación de jóvenes que crecieron en la era digital, de la información, la globalización, y la multiculturalidad. Desde sus *smartphones*, pueden acceder virtualmente a cualquier rincón del planeta, y comunicarse con individuos de todas las nacionalidades. No obstante, estos jóvenes llamados *millennials*, deciden salir de su "zona de confort" en busca de experiencias auténticas, que no sólo les den una visión más real del destino al que viajan, sino que también les permitan alcanzar las metas personales que se han propuesto.

Consecuentemente, han surgido nuevas modalidades de turismo joven acordes al presupuesto del segmento y su deseo de estadías más prolongadas. Entre ellas una tendencia mundial son los programas de Vacaciones y Trabajo, que les proporcionan a los jóvenes de una nacionalidad la oportunidad de establecerse en el territorio de otro país por un período determinado, y obtener un empleo temporal o informal. El inicio de estas visas para argentinos fue el 1996, cuando Estados Unidos desembarcó su programa Summer Work and Travel en el país dedicado a estudiantes de carreras terciarias y universitarias. A lo largo de los años, no sólo se ha ampliado el abanico de opciones con la incorporación de nuevos países y estadías más prolongadas, también ha crecido considerablemente la cantidad de participantes, al punto de convertirse en una moda entre los jóvenes del país y de todo el mundo.

Hoy en día, Argentina mantiene convenio con 8 países: Estados Unidos, Australia, Nueva Zelanda, Francia, Irlanda, Dinamarca, Alemania y Noruega y se estima que alrededor de 6 mil jóvenes argentinos realizaron un programa de Vacaciones y Trabajo en el último año sin contar aquellos que recurren a su doble ciudadanía para facilitar la obtención de la visa.

A través de estudios con jóvenes de otras nacionalidades, de entrevistas estructuradas, y de encuestas a ex participantes argentinos se obtuvieron interesantes conclusiones sobre lo que motiva a estos jóvenes a emprender esta modalidad de viaje.

Durante sus estudios terciarios/universitarios o incluso al finalizarlos, los jóvenes *millennials* no se ven seducidos por el mundo adulto; se encuentran frente a una vida monótona, rutinaria y predecible y ven en el viaje una herramienta de escape. Al mismo tiempo, las condiciones de vida y del mercado laboral argentino no son lo suficientemente convenientes para estos jóvenes. Un reflejo de estas insatisfacciones son las cifras de jóvenes que habiendo obtenido un título terciario/universitario (82%) y teniendo un empleo (60%) deciden realizar un Working Holiday por 12 meses.

Pero no solamente en el viaje ven una posibilidad de escape, sino también de búsqueda. Alejarse de la rutina y abandonar sus antiguos trabajos, viene de la mano de un cambio en su estilo de vida y prioridades, siempre bajo el lema de los *millennials* "trabajar para vivir, no vivir para trabajar".

Entre las motivaciones que los empujan a realizar la experiencia, se encuentra el deseo de adquirir nuevos conocimientos y habilidades, relacionados con el aprendizaje de un idioma, otras culturas, y nuevas aptitudes aplicables a su futuro laboral. En segundo lugar, estos jóvenes buscan despojarse de los prejuicios y ser más tolerantes a las diferencias; sólo al convivir con otras realidades y ajustarse a ellas creen que pueden alcanzar este objetivo.

Frente a la decisión de elegir el destino que mejor se ajuste a sus necesidades, los jóvenes evalúan infinidad de factores. Uno de los más altamente valorados es la ubicación estratégica, en cuanto a la posibilidad que les ofrece el destino de conocer otros lugares cercanos que les resultan de interés como Europa, Asia, o las principales ciudades de USA. La oportunidad que les brinda el destino de interactuar con otros jóvenes, también es muy importante, al punto que se encuentra por encima de la cultura y la historia del lugar.

Durante la estadía muchos realizan trabajos que no estarían dispuestos a hacer en su país. Una de las razones más importantes es que se trata de trabajos temporales, flexibles y bien pagos que les permiten llevar el tipo de viaje que desean. Al mismo tiempo les permite explorar sus propias capacidades, y valorar más el trabajo de otros. El hecho de estar rodeado de otros jóvenes en la misma situación y en un contexto diferente y agradable, no sólo hace que el trabajo se aliviane, sino que lo convierte en una parte vital de la experiencia.

Tal es el rol del trabajo dentro del viaje, que los jóvenes tienden a dedicarle la misma cantidad de tiempo que al turismo, y en muchos casos, lo supera. Este grado de inmersión, que implica participar en la actividad laboral del país de acogida, los hace sentirse parte de la vida diaria del destino y definirse a sí mismos como residentes temporales o bien como viajeros, pero lejos de identificarse como turistas.

Al finalizar su estadía, se ha producido un cambio en su perspectiva, lo cual habla del carácter transformador de la experiencia, que responde a su deseo inicial de expandir sus horizontes y abrir la mente ante las diferencias. A partir del logro de los objetivos y la superación de las expectativas, es que muchos jóvenes no sólo deciden repetir la experiencia, también arrancan su nuevo rol como comunicadores, transmitiendo los beneficios del programa, compartiendo información útil e incentivando a otros jóvenes a animarse.

Recomendaciones

En nuestra opinión, posteriores investigaciones deberían realizarse en sentido inverso, analizando el crecimiento y las motivaciones de los jóvenes provenientes de los países con los que Argentina tiene convenio. De esta forma se obtendría una visión más integral del intercambio de viajeros entre países y de las fortalezas y debilidades que presenta nuestro país como destino de Vacaciones y Trabajo para extranjeros.

Creemos que resulta sumamente importante que el gobierno argentino siga trabajando en la firma de nuevos acuerdos bilaterales y en la ampliación de cupos para que más jóvenes puedan acceder a estos programas.

Más allá del crecimiento personal y laboral del individuo, esto es beneficioso para las naciones ya que facilita la comunicación entre otras culturas y el desarrollo de vías de entendimiento, dando lugar a nuevos lazos sociopolíticos entre países.

Producto del viaje, sus ciudadanos han logrado adquirir nuevas capacidades interculturales de comunicación, de adaptación al cambio y tolerancia ante las diferencias. Su punto de referencia se ha extendido más allá de su entorno local y los prepara como ciudadanos del mundo globalizado.

A su vez, la llegada de jóvenes bajo el programa Working Holiday, puede resultar beneficioso para la economía y la actividad turística del país dado que el consumo por parte de los participantes suele ser superior a los ingresos obtenidos a causa de su empleo, y estimula la llegada de nuevos turistas recibiendo a familiares y amigos en su lugar de residencia temporales.

Siguiendo con esta línea de pensamiento, para concluir, citamos las palabras de Jafari (2015) “el turismo puede ampliar los horizontes de la juventud; promover la paz y la comprensión internacional; salvar las barreras raciales, políticas y religiosas; contribuir al mantenimiento de la herencia cultural y de las tradiciones; fomentar el sentido de pertenencia a la comunidad mundial; aumentar el aprecio por la propia cultura y mucho más.”

Bibliografía general:

- Cohen, E. (1973). Nomads from affluence: Notes on the phenomenon of drifter-tourism. *International Journal of Comparative Sociology*, 14, 89.
- CROMPTON, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, vol. 6 (Oct/Dec 79), pp. 408-424.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- Gordon, B. M. (2005). Passat, present i future del turisme. *Curiositat en moviment*. D CIDOB.
- Graburn, N.(1989).Tourism: the Sacred Journey.in V Smith, (ed), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (pp. 21-36). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Howe, N. and Strauss, W. (1997). *The Fourth Turning: An American Prophecy*. New York: Broadway Books.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of tourism research*, 9(2), pp. 256-262.
- Längle, A. “Análisis Existencial (Logoterapia): La 1ª Motivacion Fundamental de la existencia: El requisito fundamental de la existencia: El poder-ser en el mundo”
- Noble, S.M. and Schewe, C.D. (2003). Cohort segmentation: an exploration of its validity. *Journal of Business Research* 56, pp. 979–987.
- Nusbaum, M. & Sen, A. (compiladores) (1996). *La Calidad de Vida*, cap: Tener, Amar, Ser. Fondo de Cultura Económica, Mexico DF.
- Oglivie, FW. (1934). Tourist traffic. In *Encyclopedia of the Social Sciences*, Vol. XIII, Seligman, ERA, Johnson, A (eds). Macmillan: New York; 661.
- Pape, R. H. (1965). *Touristry: A Type of Occupational Mobility*. *Social Problems*, 11(4).
- Pearce, P. L., & Foster, F. (2007). A “university of travel”: Backpacker learning.*Tourism management*, 28(5), 1285-1298.
- Reeves, T. C., and Oh, E. (2008). Generational differences. *Handbook of research on educational communications and technology*, 3, p. 295-303.

- Taylor, E. (1994) Intercultural competency: a transformative learning process *Adult Education Quarterly*, 44, 3, 154-174
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze*. London: Sage Publications Ltd.

Bibliografía de consulta:

- Benckendorff, P., Moscardo, G. & Pendergast, D. (2010). *Tourism and Generation Y*. Cambridge: MA CAB International.
- Benson, M. and O'Reilly, K., eds. (2009). *Lifestyle migration: expectations, aspirations and experiences*. Aldershot: Ashgate.
- Bianchi, R. V. (2000). Migrant tourist-workers: Exploring the 'contact zones' of post-industrial tourism. *Current Issues in Tourism*, vol. 3, no 2, p. 107-137.
- Brown, L. (2009). The transformative power of the international sojourn: An ethnographic study of the international student experience. *Annals of tourism research*, 36(3), 502-521.
- Canaley, B. (2015). EL CAMBIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR HACIA LA ECONOMÍA COMPARTIDA. Un estudio de Airbnb y como está afectando el viajero moderno. Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICADE. Madrid, España.
- Castaño Blanco, J.M., Moreno Sáez, A., García Dauder, S. y Crego Díaz, (2003). Aproximación psicosocial a la motivación turística: variables implicadas en la elección de Madrid como destino. *Estudios turísticos*, 158, 5-41.
- Cohen, S. A., Duncan, T., & Thulemark, M. (2013). Lifestyle mobilities: The crossroads of travel, leisure and migration. *Mobilities*, 10(1), 155-172.
- Deloitte (2016). *The 2016 Millennial Survey*. Winning over the next generation of leaders.
- Duncan, T. J. C. E. (2007). *Working tourists: identity formation in a leisure space*. Tesis Doctoral. University of London.
- Gallo, M. David. (2014). El Turismo Joven. Conceptualización y Alcances. *Revista Intersección: Eventos, turismo, gastronomía y moda*. Año 1, N2. pp. 43-54.
- Gengler, J. (2009). Análisis Existencial y Logoterapia: bases teóricas para la práctica clínica. *Psiquiatría y salud mental*, XXVI, N°3-4, pp. 200-209
- Geronimi, E. (2004). Acuerdos bilaterales de migración de mano de obra: Modo de empleo. Programa de migraciones internacionales. Oficina Internacional del Trabajo. Ginebra.
- Gongora, N y Regía, L (2015). Cómo se relaciona la Cultura Organizacional con la Motivación: percepciones directas de los involucrados. Instituto de Investigaciones Administrativas de la FCE de la UNLP y Universidad Nacional de Tres de Febrero.
- Gursoy, D., Maier, T.A. and Chi, C.G. (2008) Generational differences: an examination of work values and generational gaps in the hospitality workforce. *International Journal of Hospitality Management* 27(3) , p. 448–458

- Hirschorn, S., & Hefferon, K. (2013). Leaving it all behind to travel venturing uncertainty as a means to personal growth and authenticity. *Journal of Humanistic Psychology*, 53(3), 283-306.
- Inkson, K and Myers B. A. (2003). ``The big OE``: self-directed travel and career development. *Career development international*, 8(4), p. 170-181
- Jafari, J. (2015). Significado sociocultural y educacional del turismo de juventud. *Papers de Turisme*, (8/9), p. 39-55.
- Krippendorf (1987): *The Holiday Markers*. London: Heinemann.
- MacCannell, D. (2003). El turismo: Una nueva teoría de la clase ociosa. Editorial Melusina. pp. 3-23
- Moisa, C. O. (2010). Aspects of the youth travel demand. *Annales Universitatis Apulensis: Series Oeconomica*, 12(2), 575.
- Muzaini, Hamzah (2006), 'Backpacking Southeast Asia: Strategies of "looking local"', *Annals of Tourism Research*, 33:1, pp. 144-161.
- Naranjo Pereira, M. L. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación* 33(2), pp. 153-170.
- O'Reilly, C (2006), 'From Drifter to Gap Year Tourist: Mainstreaming backpacker travel', *Annals of Tourism Research*, 33:4, pp. 998-1017
- OMT (2011). 'La Fuerza del Turismo Joven'. AM Reports Volumen2.
- PCW -Hostelworld (2014). REPORT: MILLENNIAL TRAVELERS ARE FUELING A HOSTEL REVOLUTION Alternative Accommodations on the Rise as 18- to 35-Year-Olds Spend More Money on Travel Adventures.
- Pendergast, D. (2010). Getting to know to Y Generation. en P. Benckendorff, G. Moscardo & D. Pendergast (Ed.), *Tourism and Generation Y*. Cambridge: MA CAB International, pp. 1-14.
- PWC (2011). *Millennials at work. Reshaping the workplace*.
- Richards, G. & Wilson, J. (2003). *New Horizons in Independent Youth and Student Travel, A Report for the International Student Travel Confederation (ISTC) and the Association of Tourism and Leisure Education (ATLAS)*. Amsterdam. International Student Travel Confederation (ISTC)
- Robertson, S. (2014). Time and temporary migration: The case of temporary graduate workers and working holiday makers in Australia. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 40(12), pp. 1915-1933.
- Tsauro & Chung-Ching Huang (2015): Working Holiday Tourist Learning: Scale Development and Validation, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, DOI: 10.1080/10548408.2015.1064851
- UNWTO & WYSE (2016). *Global Report on the Power of Youth Travel - Volume Thirteen*

- Uriely, N. (2001). 'Travelling Workers' and 'Working Tourists': Variations Across the Interaction Between Work and Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 3(1), pp. 1-8.
- WYSE (2014). *Millennial Traveller II - Executive Summary*
- Yang, X.H. and Wen, B.Y. (2016) A Study on the Motivations and Experience Value of Chinese Working Holiday Maker in New Zealand. *Journal of Service Science and Management*, 9, 347-360. <http://dx.doi.org/10.4236/jssm.2016.95040>
- Yoon, K. (2014). The racialised mobility of transnational working holidays. *Identities: Global Studies in Culture and Power*, 21(5), 586-603.

Consulta Bibliográfica vía página web

- Arellano, G. Retrato de una generación: los Milenarios. *100° Celsius - El punto de ebullición de las noticias*. 27 de mayo de 2015 Disponible en: <http://100gradoscelsius.blogspot.com.ar/2015/05/retrato-de-una-generacion-los-milenarios.html>
- Calderón, F. Millennials, ¿los más atractivos en el mercado laboral?. *Forbes* [en línea]. 3 de Marzo de 2014. Disponible en: <http://www.forbes.com.mx/millennials-los-mas-atractivos-en-el-mercado-laboral/>
- Cancillería Argentina, Biblioteca digital de tratados. <http://tratados.cancilleria.gob.ar/busqueda.php?consulta=si&modo=c>
- Ayuso, Javier. Una generación entre dos mundos. Los 'millennials' viven atrapados entre lo viejo y lo nuevo. *El país digital en línea*. 5 de Marzo de 2017. Disponible en: http://politica.elpais.com/politica/2017/03/04/actualidad/1488647914_007106.html
- Fernández, T. La Generación Peter Pan. *La Razón* [en línea]. 13 de Septiembre de 2010. http://www.larazon.es/historico/4320-los-jovenes-de-la-generacion-peter-pan-SLLA_RAZON_314105#.Ttt15wUZ0WSZg43
- Forbes (2014). Los 10 países más desarrollados del mundo. Disponible en: <http://forbes.es/actualizacion/2327/los-10-paises-mas-desarrollados-del-mundo>
- Hilton Hotels Survey. Informe "Millennials redefine work-life Balance. 26 de Junio de 2013. Disponible en: <http://news.hiltonworldwide.com/index.cfm/newsroom/detail/23578>
- Hosteltur. Reportaje Millennials, el target de moda del turismo. 4 de Noviembre de 2013. Disponible en: http://static.hosteltur.com/web/uploads/2013/10/REPORTAJE_Millennials_el_target_de_moda_del_turismo.pdf
- Hostertur. Millennials. 11 mayo 2016. Disponible en: http://static.hosteltur.com/web/uploads/2016/05/Millennials_2016.pdf
- Noticieros Televisa. Los 'millennials' o el síndrome de Peter Pan. 29 de Abril de 2015. Disponible en: <http://noticieros.televisa.com/mundo/1504/millennials-sindrome-peter-pan/>

- Porras Velásquez, N. Aportes de la psicología de la motivación para la comprensión del comportamiento humano en el trabajo. Revista Electrónica de Psicología Social "Poiésis" N° 28-Diciembre de 2014. Disponible en: <http://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/poiesis/index>
- Randstad. Generación Y: ¿falta de compromiso o nuevo paradigma?. 24 de Abril de 2015. Disponible en: <http://www.randstad.com.ar/tendencias-360/archivo/generacion-y-falta-de-compromiso-o-nuevo-paradigma-63/>
- Willet, M. Millennials are paying \$40 a night to live in these tiny 'pods'. TechInsider [en línea]. 11 de Mayo de 2016. Disponible en: <http://www.techinsider.io/podshare-is-like-a-hostel-and-hotel-combined-2016-5/#this-is-a-podshare-pod-guests-have-access-to-the-twin-or-queen-sized-beds-22-inch-flat-screen-tv-with-netflix-and-hulu-plus-outlets-towel-and-a-light-1>

Consulta sobre acuerdos y condiciones de las visas:

- Estados Unidos:
<https://ar.usembassy.gov/es/visados/visa-de-programas-de-intercambio/>
<https://ar.usembassy.gov/wp-content/uploads/sites/26/2016/09/Local-agencies-2016-2017-website.pdf>
- Nueva Zelanda:
<https://www.immigration.govt.nz/new-zealand-visas/apply-for-a-visa/about-visa/argentina-whs>
- Australia:
http://argentina.embassy.gov.au/baircastellano/w_h_visa_general_info.html
- Dinamarca:

https://www.nyidanmark.dk/en-us/coming_to_dk/working_holiday/argentina.htm

https://www.nyidanmark.dk/en-us/coming_to_dk/working_holiday/how_to_apply.htm
- Francia:
<http://www.embafrancia-argentina.org/Programa-vacaciones-y-trabajo,3339>
- Irlanda:
<https://www.dfa.ie/media/embassyargentina/ourservices/Arg-WHA-2016-FAQs-for-Website-ESPii.pdf>
- Noruega:
<http://www.noruega.org.ar/studywork/research/Permisos-de-residencia-para-Noruega/Acuerdo-de-Vacaciones-y-Trabajo-Argentina-Noruega-Working-Holiday/file:///C:/Users/agustina/Downloads/bilpai11058.pdf>
- Alemania:
<http://www.buenos-aires.diplo.de/contentblob/4850350/Daten/6789514/merkblattworkingholidayprogramm.pdf>

Anexos

Motivaciones en jóvenes argentinos que realizan Programas de Vacaciones y Trabajo

El objetivo de la siguiente entrevista es lograr una aproximación a las motivaciones que impulsan a los jóvenes a emprender experiencias de Vacaciones y Trabajo en el exterior, conocidas comúnmente como "Work and Travel" o "Working Holiday". Desde el lugar que les compete como participante, comunicador o vendedor de estos programas, los invito a que respondan las siguientes preguntas. Muchas gracias!

-¿Cómo definirías un work and travel / working holiday?

-¿Cuáles son las principales razones por las cuales crees que los jóvenes deciden hacer este programa?

-¿Cuáles son sus principales miedos o dudas?

-Iso-Ahola plantea que hay 2 fuerzas motivacionales en los viajeros: el escape y la búsqueda. ¿De qué crees que escapan estos jóvenes al realizar un work and travel?

-y, por otro lado, ¿Qué buscan en su experiencia?

-¿Cuáles son los factores que tienen en cuenta los jóvenes en la elección del destino al que aplican?

-¿Crees que hay diferencias de perfiles entre quienes eligen un work and travel a Estados Unidos, por sobre los otros destinos (NZ, Australia, Francia, Dinamarca, Irlanda, Alemania y Noruega)?

- ¿Por qué crees que algunos jóvenes realizan trabajos que jamás harían en su lugar de residencia?

-Al repetir la experiencia, ¿Las motivaciones cambian?

Enviar

Motivaciones en jóvenes argentinos que realizan Programas de Vacaciones y Trabajo

El objetivo de la siguiente encuesta es lograr una aproximación a las motivaciones que impulsan a los jóvenes a emprender experiencias de Vacaciones y Trabajo en el exterior, conocidas comúnmente como "Work and Travel" o "Working Holiday". Desde el lugar de participantes los invito a que respondan las siguientes preguntas. Muchas gracias!

*Obligatorio

Edad al momento de dejar el país y realizar el programa *

Sexo *

- Masculino
- Femenino

Estudios al momento de dejar el país y realizar el programa *

- Estudios secundarios completos
- Cursando estudios terciarios / universitarios
- Estudios terciarios / universitarios completos - sin trabajo
- Estudios terciarios / universitarios completos - con trabajo
- Otro:

¿Cómo conociste el programa? *

- Por una agencia de turismo especializada
- Por experiencias de amigos/familiares/conocidos
- Por las redes sociales/blogs especializados
- Por la universidad
- Otro:

¿Cuál fue el destino de tu primer work and travel? *

- Estados Unidos
- Nueva Zelanda
- Irlanda
- Francia
- Dinamarca
- Australia
- Alemania
- Noruega

¿Con quién realizaste el viaje? *

- Solo/a
- Con amigos
- Con novio/a
- Con un familiar
- Otro:

¿Cómo te definirías en tu estadía en el destino? *

- Turista
- Inmigrante
- Viajero
- Extranjero
- Mochilero
- Residente temporal
- Otro:

¿Cómo consideras la actividad laboral durante el programa? *

- una obligación desagradable
- un medio para seguir viajando
- una parte vital de la experiencia
- Otro:

¿Cómo concebís la diferencia idiomática? *

- Una dificultad / un obstáculo
- Una oportunidad / un desafío
- Me es indiferente
- Otro:

¿Cómo influyó la situación económica, política y social de Argentina en tu decisión de hacer este programa? *

- Influyó mucho
- Influyó en parte
- No influyó en absoluto

¿Realizarías otro work and travel en un país en vías de desarrollo? Por ejemplo Colombia, Vietnam o Sudáfrica. *

- Si
- No
- Depende el destino y las posibilidades laborales

Motivaciones culturales

Califica los siguientes atributos según la importancia que tuvieron a hora de elegir el destino

Posibilidades laborales y de hacer diferencia económica *

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

Sensación de tranquilidad/seguridad *

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

La cultura e historia del destino *

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

Proximidad a otros destinos turísticos *

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

Posibilidad de interacción con otros jóvenes *

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

¿Algunos de estos factores relacionados con la obtención de la visa influyeron en la elección del destino? *

- Método de aplicación (online, presencial en embajada, a través de agencia de viaje)
- Disponibilidad de cupos
- Requisitos (edad de elegibilidad, examen de inglés, fondos disponibles, estudios, etc)
- Duración del programa
- Ninguno
- Otro: _____

Motivaciones sociopsicológicas

¿Que deseabas lograr a través de tu experiencia work and travel? (Selecciona máximo 3 opciones) *

- Cambio de estilo de vida / prioridades
- Abrir la mente / despojarme de los prejuicios
- Conocerme mejor a mí mismo
- Ser más independiente y autosuficiente
- Adquirir nuevos conocimientos y habilidades
- Hacer nuevas amistades
- Huir de la rutina

¿Considerás que a lo largo del viaje adoptaste una manera diferente de actuar a la habitual ? *

- Si
- No
- Por momentos

¿Por qué crees que en el Work and Travel muchos jóvenes aceptan realizar trabajos que nunca harían en Argentina?

Tu respuesta

Concluida la experiencia

Completa esta sección de la encuesta si concluíste el programa o considerás que ya estás en condiciones de contestar estas preguntas.

¿Cómo fue la relación trabajo-turismo durante tu viaje? *

- Más trabajo que turismo
- Igual de trabajo que de turismo
- Más turismo que trabajo

¿Sentís que cambió tu perspectiva de la vida después de participar en el Work and Travel? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Como calificarías tu experiencia respecto de tus expectativas? *

- No alcanzó mis expectativas
- Era lo que esperaba
- Superó mis expectativas

ATRÁS

ENVIAR

 Página 4 de 4



Testimonio Noelia Rolón - Summer Work and Travel

WEUSA
Me gusta esta página · 14 de junio de 2016 ·

#TestimonioWEUSA

" Me subí a un avión sin saber con que me iba a encontrar y volví con una gran experiencia de vida.. En los meses que viví en Aspen no solo conocí gente de todo el mundo y un lugar hermoso en el cual vivir sino que también me conocí mejor a mí misma.
Salir a vivir fuera de lo que es conocido para uno, de alguna manera te obliga a conocerte mejor como persona, ser más abierto a nuevas culturas, nuevas experiencias y nuevos amigos. Me enamoré de Aspen apenas llegué, no solo por la hermosura del pueblo en sí, sino también por la calidez de su gente. Trabajar para un lugar tan querido por su comunidad y con tanta historia como es el Hotel Jerome fue una gran experiencia, tanto en lo personal como en lo laboral. Trabajar fuera de tu país te enseña a desenvolverte de otra manera, a mejorar un idioma que no es el tuyo a superar miedos y cosas que quizás creías que no eras capaz de hacer. No vuelves a ser el mismo después de esta experiencia, yo viajé sola y hoy tengo un nuevo grupo de amigas, con las cuales viví cosas que no me voy a olvidar nunca!
No tengan miedo de hacer el viaje, les va a traer mucha felicidad 😊 "

Noelia Rolón - Buenos Aires - Argentina
[Work Experience 2015-2016] Hotel Jerome,

Escribe un comentario...



Sofia Tuculet
20 de diciembre de 2016 ·
Ver en Instagram

Finished work! Apple thing! 🍏🍏 #appleorchard #thetopandthebottom #singles #doubles
Ver traducción
— con Ariel Bicerne en Hastings (Nueva Zelanda).

Me gusta · Comentar · Compartir

Pame Rovey, Ariel Bicerne y 46 personas más

Eugi Muru Q onda es tan duro como dicen??
Me gusta · Responder · 20 de diciembre de 2016 a las 6:56
Eugi Muru respondió · 2 respuestas

Adriana Tettamanti Que trabajadores. Bs.
Me gusta · Responder · 1 · 20 de diciembre de 2016 a las 7:21

Analia Ortiz Hermosos trabajadores...
Me gusta · Responder · 20 de diciembre de 2016 a las 8:53

Franziska Deck
Traducido del Inglés
Así que ahora prefieres peras o manzanas? 😊
Ver original
Me gusta · Responder · 20 de diciembre de 2016 a las 13:34

Escribe un comentario...

Sofía Tuculet - recolección de manzanas en Working Holiday Nueva Zelanda



Carolina Gomez con Graciano Solé y 18 personas más.
4 de julio de 2016 · 🌐

A un mes de haber llegado a Dinamarca.



Carolina y Graciano a un mes de llegar a Dinamarca con la visa Working Holiday



Ana Mattaldi haciendo helpx en Australia con la visa Working Holiday



Ana Mattaldi en su Working Holiday Australia