

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

TRABAJO FIN DE GRADO
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
GRUADO EN TURISMO



EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN
EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA



Alumno: JOSÉ GINÉS ORTEGA BERNAL
Directora: LAURA MARTÍNEZ CARO

Noviembre 2020
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

ÍNDICE

1. Introducción.....	4
2. El turismo en la Costa Cálida	8
3. Turismo educativo	13
4. Programa Erasmus y repercusiones económicas en ciudades universitarias ..	19
5. Oferta educativa universitaria en la Región de Murcia	24
6. Estudio empírico	35
6.1 El cuestionario	35
6.2 La muestra.....	36
6.3 Resultados	38
7. Portal de promoción del turismo de estudio en Cartagena (TURESTCARTAGENA)	46
8. Conclusiones	51
9. Bibliografía	54
10. Anexo 1: Encuesta sobre la experiencia de los estudiantes internacionales en la ciudad de Cartagena.....	63

Índice de Figuras

Figura 1: Presupuesto para Erasmus en millones de Euros	5
Figura 2 Distribución geográfica de universidades en la Región Murcia.	24
Figura 3 Distribución geográfica de universidades en la ciudad de Cartagena.....	25
Figura 4 Movilidad en la Universidad Politécnica de Cartagena	34
Figura 5 Resumen de los principales países de procedencia	37
Figura 6 Principales titulaciones	38
Figura 7 Principales indicadores para escoger destino.....	39
Figura 8 Fuentes de búsqueda del alojamiento.....	39
Figura 9 Tipos de alojamiento buscado	40
Figura 10 Valoración de las dificultades a la hora de encontrar alojamiento.....	41
Figura 11 Valoración de los alojamientos	42
Figura 12 Satisfacción con el alojamiento.....	43
Figura 13 Satisfacción con la experiencia	43
Figura 14 Posibilidad de recomendar a otros estudiantes.....	44
Figura 15 Visitas recibidas de familiares y amigos	45
Figura 16 Imagen de Marca de Turismo de estudio Cartagena	46
Figura 17 Interfaz del portal TurEst Cartagena	47
Figura 18 Resumen objetivos de la plataforma	47
Figura 19 Interfaz de la página de alojamiento TurEst Cartagena.	48
Figura 20 Recursos Turísticos Cartagena.....	49

Índice de Tablas

Tabla 1 Resumen de actividad docente de la Universidad de Murcia.....	25
Tabla 2 Resumen de la actividad formativa de la Universidad Católica San Antonio de Murcia.....	28
Tabla 3 Resumen actividad formativa de la Universidad Politécnica de Cartagena	30
Tabla 4 Programas de intercambio de las Universidades de la Región de Murcia	31
Tabla 5 Ficha técnica de investigación	36

1. Introducción

El número de estudiantes que deciden realizar sus estudios en el extranjero, que sea de manera parcial o total, ha incrementado en los últimos años (Kelly & Brown., 2004; Llewellyn-Smith & McCabe, 2008; Townsend & Lee, 2004), y hay expectativas de que continúe creciendo (Lesjak et al., 2015). Según Kelly y Brown (2004), este tipo de estudiante es conocido como turista educativo.

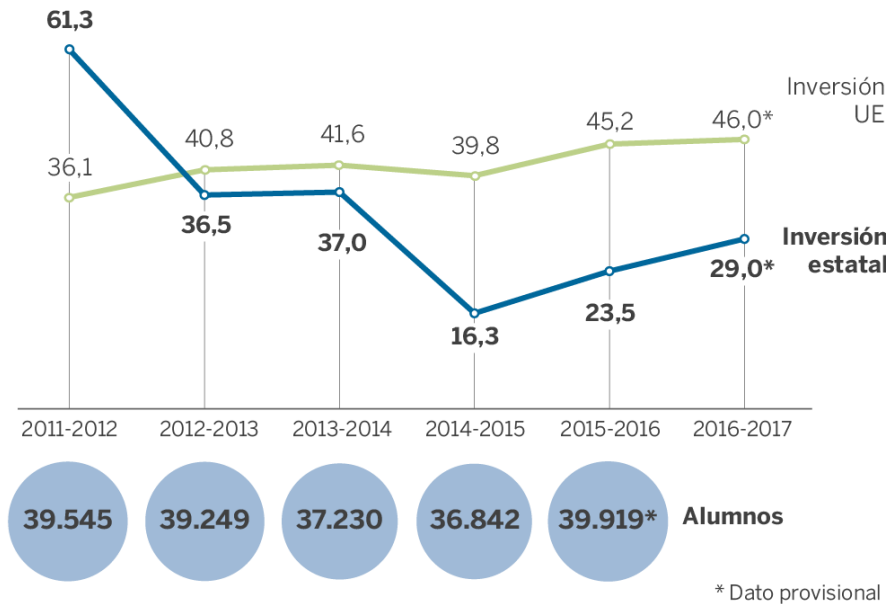
Estos viajes realizados por los estudiantes contribuyen significativamente no solo a la economía del país anfitrión (Babin & Kim, 2001; Ritchie et al., 2003; Tremblay, 2005), sino también a la industria del turismo. Una contribución de manera directa está aportada, especialmente, gracias a los viajes de ocio que estos realizan durante sus días libres (Weaver, 2003).

Una de las principales motivaciones de los estudiantes que participan en los Programas de Intercambio Internacional (IEP) es de recorrer al máximo el país anfitrión para comprender mejor su cultura y su gente (Babin & Kim, 2001; Teichler, 2004), transformándose de esta manera en excursionistas y turistas nacionales. Adicionalmente, debido a las visitas que reciben de sus familiares y amigos, los estudiantes internacionales aportan también de manera indirecta a la industria del turismo del país anfitrión

Además, como los estudiantes de intercambio permanecen en el país anfitrión por más tiempo que los turistas normales, el impacto general en la economía es importante. Durante su estancia, los estudiantes interactúan y desarrollan lazos emocionales con el destino, creándose una relación más estrecha con el contexto sociocultural del país anfitrión. Esto podría llevar en un futuro a la repetición del viaje para visitar amigos, mostrar los lugares y las experiencias vividas a sus familiares y amigos o para seguir aprendiendo. Otro de los beneficios que tiene este tipo de turismo es la recomendación del país anfitrión como destino de estudios a otros estudiantes (Michael et al., 2003; Townsend & Lee, 2004; Weaver, 2003).

EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN CARTAGENA

Figura 1: Presupuesto para Erasmus en millones de Euros



Fuente: El País (2017). Datos del Congreso de los Diputados y SEPIE

Podemos afirmar también que sus experiencias ayudan a reducir estereotipos y difundir la riqueza cultural del país anfitrión, convirtiéndose en verdaderos "embajadores" del país que han visitado.

Es importante que se fomenten la movilidad internacional de los estudiantes y la internacionalización de las universidades. Al mismo tiempo, los estudiantes son conscientes que pueden mejorar sus competencias lingüísticas, culturales y sociales durante la movilidad, ya que estas habilidades aumentan sin duda su competitividad en un mercado laboral globalizado (Altbach & Teichler, 2001; Chieffo, 2001; Tremblay, 2005). Entre las competencias enumeradas, cabe destacar que el conocimiento de idiomas es una ventaja en la empleabilidad futura de los estudiantes. En diferentes entornos sociales, incluido el mercado laboral, existe una demanda creciente de ciudadanos multilingües.

Desde este punto de vista, aprender o mejorar las habilidades de un idioma extranjero puede considerarse un motor tanto para participar en un IEP como en la elección del destino de estudios. Se debe enfatizar que las movilizaciones al extranjero y el desarrollo de

un nuevo tipo de turismo como el de idiomas han sido provocados por la pasión por lenguas extranjeras, siendo las más estudiadas: inglés, francés, español y alemán (Instituto Cervantes, 2016).

Como remarca Iglesias (2014), hay muy pocos estudios sobre el turismo de idiomas y el turismo educativo. Aunque existen ciertos investigadores que analizaron los factores que determinan a los estudiantes para participar en los IEP, estos se centran más en países anglosajones o en un análisis global que incluye varios países (Lesjak et al., 2015). Por lo tanto, el papel de los idiomas se ve impreciso a la hora de examinar los factores que influyen a los estudiantes participar en un IEP o elegir un cierto destino.

En actualidad, el castellano es la segunda lengua más hablada a nivel mundial, superando los 400 millones de nativos hispanohablantes. Además, hay investigaciones que muestran que el español es uno de los idiomas extranjeros más útil y necesario para aprender (Tinsley & Board, 2014).

En este contexto, España se demarca como un potencial atractivo para aquellos estudiantes que deciden solicitar becas de estudios en otras universidades fuera de su país, sin embargo, existen grandes carencias a la hora de brindar información de calidad o facilitar el proceso de ocupación de estos alumnos en nuestras universidades siendo necesario ampliar los recursos que se ofrecen y que permitan hacer sus estancias en España y más concretamente en Cartagena, más atractivas.

Con todo ello, a lo largo de trabajo se plantean alcanzar los siguientes objetivos:

- Identificar las principales características que valoran los estudiantes a la hora de escoger el destino Erasmus.
- Identificar los aspectos más valorados por estudiantes internacionales al elegir la universidad de Cartagena.
- Identificar las características de los alojamientos demandados por los estudiantes extranjeros mediante un estudio cuantitativo.
- Diseñar una aplicación web que facilite el alquiler a estudiantes extranjeros.

EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN CARTAGENA

Para ello, el trabajo que a continuación se expone se estructura del siguiente modo. En primer lugar, se dará una visión global de turismo en la costa cálida, para continuar a exponer las características del turismo educativo. Posteriormente, se describe el impacto económico del programa de intercambio de estudiantes que permite más movimiento en Europa, el programa Erasmus. Seguidamente, se valorarán y evaluarán las principales motivaciones de los estudiantes Erasmus al elegir destino, y finalmente se presentará un prototipo de portal Web que pretende suplir algunas de las carencias actuales.

2. El turismo en la Costa Cálida

Una de las características más significativas del turismo en los últimos años es la diversificación de la oferta turística (Bramwell, 2004). Este fenómeno ha producido la globalización de los destinos y el desarrollo de nuevos productos turísticos de alta calidad como estrategia de competitividad en el mercado turístico.

En la literatura científica se ha estudiado en profundidad el ciclo de vida de los productos usuales del mercado. Generalmente, los productos pasan por diferentes fases durante el tiempo que permanecen en el mercado. El ciclo de vida de un producto es una analogía con la evolución de los seres vivos, quienes pasan también por diferentes etapas, desde el nacimiento hasta la muerte. Asimismo, para los productos tenemos una primera fase que es el lanzamiento, seguido después de una fase de crecimiento, enseguida, una etapa de madurez (donde el producto necesita innovaciones para mantenerlo atractivo) y finalmente, la fase final, de declive (cuando la empresa deja de obtener beneficios con el producto).

Se considera también a los destinos turísticos como productos de mercado y de la misma manera se ha estudiado su ciclo de vida. (Chen, 2007). Por otro lado, el desarrollo y la planificación urbana de un destino turístico es un proceso que tarda un largo periodo de tiempo y cuyo análisis se puede concluir después de varias décadas. En cuanto a los establecimientos costeros de sol y playa, se produjo una rápida urbanización causada por la necesidad de fomentar un mercado inmobiliario a corto plazo para asimilar el turismo de masas.

En la costa mediterránea, se han realizado muchos estudios que analizan las estrategias turísticas y su burbuja inmobiliaria creada en España en los últimos 15 o 20 años. A pesar de todo, para poder analizar las causas y las consecuencias de la gestión del turismo, es necesario un estudio más retrospectivo en el tiempo. Por ejemplo, sería interesante regresar al menos a los años 60 o 70, para evaluar la relación entre la aparición y el aumento del turismo de masas de sol y playa en Europa y la urbanización de las zonas

costeras. En este sentido, el caso de La Manga (Murcia, España) es relevante, puesto que, desde hace 5 décadas, esta zona costera se ha urbanizado en gran medida, atrayendo a más de 250.000 turistas en verano, por sus 20 km de playas situadas entre dos mares (Mar Menor y Mar Mediterráneo).

Fue en los años 60 del pasado siglo cuando destacó el proyecto de La Manga dentro del programa de desarrollo turístico en España, ya que se pretendía hacer del turismo la principal actividad económica. Este plan de desarrollo pretendía disminuir los desequilibrios en el comercio del país, fomentando el turismo en zonas con condiciones óptimas, y reforzando las zonas débiles. Además, se crearon 78 centros turísticos desde los años 60 hasta la mitad de los 70, gracias a La Ley de Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional (en adelante LCZITN), entre ellos La Manga. Este plan se llevó a cabo gracias a la importante financiación pública que otorgó préstamos sin intereses a promotores privados para desarrollar planes urbanos destinados al turismo de calidad de sol y playa (Liu et al., 1987).

Esta promoción turística supuso un cambio positivo enorme a nivel macroeconómico, convirtiéndose, el turismo, en la fuente de ingresos más importante de nuestra nación. No obstante, la administración de las ciudades turísticas creadas por la LCZITN se ha complicado respecto a la rentabilidad, ya que, ha aumentado la competencia tras la aparición de nuevos destinos turísticos en otros países. El caso de La Manga es un ejemplo muy ilustrativo de cómo las decisiones equivocadas de planificación urbana y turística pueden conducir a la obsolescencia prematura de un destino costero como producto en el mercado turístico. Otras zonas incluidas promocionadas fueron Campoamor en Alicante y Marbella en Málaga (Martín y Timón, 2006).

Aunque estas obras estuvieron financiadas por el gobierno, las llevaron a cabo empresas privadas, siendo los encargados, promotores allegados al gobierno como J. Banus o T. Maestre. En este caso, los promotores privados entregaron el plan maestro técnico urbano de La Manga a Antoni Bonet, un arquitecto de renombre internacional curtido en proyectos de este tamaño en América del Sur, como el plan turístico de Punta Ballena en Uruguay.

El modelo turístico propuesto para Murcia y Cartagena en la década de 1960 fue inicialmente exitoso, ubicando a la Región dentro del turismo internacional, gracias a la construcción de diferentes tipos de instalaciones, destacando puertos deportivos y casinos. Sin embargo, al igual que otros centros planificados por LCZITN, sufrió ciertas debilidades de diseño. Ciertamente, un punto de inflexión en el desarrollo del proyecto turístico de La Manga fue la crisis petrolera de 1973, que afectó a todos los países desarrollados, incluida España, de forma económica, política y legal. Por este motivo, el producto interno bruto (PIB) disminuyó hasta niveles negativos, entretanto, se alcanzaban valores del 25% en las tasas de interés y los precios.

Esta interrupción repentina se produjo en el desarrollo completo de numerosos e importantes proyectos turísticos en Andalucía, Valencia o las Islas Baleares, por ejemplo, dieron lugar a varios problemas urbanos y turísticos que no surgirían hasta años después, ya que la inercia creada por la ley de un modelo de producción económica basado en el turismo costero ahora era imparable.

El estudio retrospectivo del sistema de información geográfica (SIG) del desarrollo inmobiliario puede llegar a ser muy beneficioso para la valoración de las condiciones presentes de los centros turísticos costeros. Por esto, se ha decidido utilizar en este trabajo, para valorar las dificultades en un centro turístico costero en España.

Se puede observar una gran retroalimentación entre la rentabilidad de un destino turístico y la planificación urbana. Fundamentar la planificación en parámetros de rentabilidad a corto plazo, puede generar un bucle degenerativo de empobrecimiento, disminuyendo la calidad del producto turístico global y el rendimiento en sí mismo. En este contexto, el análisis espacial de SIG de la evolución inmobiliaria puede representar un índice muy interesante para determinar los impactos del ciclo de vida del área turística en un destino de sol y playa.

A nivel económico, la fuerza impulsora principal a nivel mundial es el turismo, tanto para las potencias mundiales como para los países en vías de desarrollo. Además, como ocurre con toda actividad económica, el turismo conlleva impactos positivos y negativos en la

sociedad, economía y medio ambiente, tal y como manifiesta el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

En todos los sectores encontramos estacionalidad turística, aunque es en el turístico donde la presencia es mayor. Centrándose en este sector y reconociendo que no existe una definición ampliamente aceptada, tomamos la definición de Butler (1994) como referencia que nos dice que un desequilibrio temporal en el fenómeno del turismo puede expresarse en términos de dimensiones de elementos tales como el número de visitantes, gastos de visitantes, tráfico en carreteras y otras formas de transporte, empleo y admisiones a atracciones.

En un estudio de Hylleberg (1992), se indica la existencia de factores de la estacionalidad turística, siendo: el clima (temperatura, horas de sol, entre otros), las decisiones de tiempo (vacaciones escolares y de la industria, por ejemplo), y los efectos de calendario (por ejemplo, de celebraciones religiosas como Navidad, Semana Santa, etc.).

El concepto de economía colaborativa (consumo colaborativo, consumo de pares o economía compartida), en lo que respecta al sector turístico, generalmente se refiere a varias actividades, como el intercambio de casas, el alquiler de casas, el viaje compartido, el voluntarismo, el couchsurfing y otras innovaciones similares que personifican la economía colaborativa. Este concepto nace por los cambios sociales, económicos y tecnológicos, incorporando la posibilidad de acceso temporal a activos, desarrollo de transacciones de productores y clientes, creación de conexiones entre anfitrión y población local, y nuevas maneras de relación entre consumidores.

En el ámbito turístico, las empresas de economía colaborativa adoptan estructuras con y sin fines de lucro, lo que ha modificado la estructura industrial turística mundial. Los partidarios y opositores de la economía colaborativa dentro del ámbito turístico son muy numerosos. Los partidarios defienden el valor que tienen las economías colaborativas, ya que permite explotar recursos sociales y económicos que no se explotaban antes desde un punto de vista sostenible y descentralizado. En cambio, los detractores avisan de la ilusión de participación, poder de masas y soberanía del cliente.

Esta nueva planificación del turismo suscita un reto para los planificadores y los formuladores de políticas en áreas incrementando de gran forma las llegadas de turistas. Esto puede relacionarse con diversos tipos de problemas, ya sean en el vecindario, tráfico o en el estacionamiento.

El crecimiento de las plataformas de alquiler de vacaciones entre pares como Airbnb, Homelidays y Wimdu ha cambiado totalmente el contexto turístico. Los análisis de las plataformas de alojamiento centrados en el turismo de economía colaborativa suelen centrarse en el marketing, la rentabilidad, la imagen pública, entre otros, pero apenas se encuentra literatura sobre el impacto del turismo. Algunos autores como Dredge & Gyimónthy (2017), expresa la relación directa e indirecta de la afectación de los residentes locales por la presencia de alojamientos turísticos de economía colaborativa, ya que tienen que tratar con impactos locales como el ruido y las molestias causadas por los turistas, disminuyendo la cohesión comunitaria, entre otros).

Además, se puede observar que el incremento del número de alojamientos para turistas puede influir directamente en el incremento de los precios de las propiedades ubicadas en el centro. También cabe destacar que este hecho ha ocurrido a la par que las viviendas han escaseado, junto con problemas de asequibilidad.

Todo esto provoca que disminuya la calidad de vida de la población local y se incremente el precio de alquiler (Abril Sellarés et al., 2015). Aún no se han estudiado los efectos sobre la concentración estacional y las consecuencias en los destinos.

3. Turismo educativo

El turismo educativo se da cuando la educación, el aprendizaje, el desarrollo de nuevas habilidades o la obtención de recursos son objetivos principales o secundarios durante el viaje (Ritchie, 2003). Además, cabe destacar el turismo de idiomas, cuya finalidad es aprender otra lengua o perfeccionar su dominio (Iglesias, 2014).

El turismo ha crecido vertiginosamente desde las últimas seis décadas, llegando a convertirse en un sector económico muy relevante, puesto que ha fomentado el empleo, el desarrollo de las empresas, las exportaciones y las infraestructuras. A nivel internacional, representa el 10,4% del PIB mundial, creando un 10% de los empleos y un 7% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios, según datos de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, siglas en inglés) del 2017. Durante este crecimiento, aprender idiomas en el contexto turístico se ha hecho más frecuente, tanto, que se ha estimado que el tamaño potencial del mercado es de 375 millones de personas (Richards & Wilson, 2004).

Los estudiantes y turistas internacionales manifiestan ciertas semejanzas y diferencias entre ellos:

- Mientras que los estudiantes tienen como objetivo principal el estudio y la formación; los turistas lo tienen como un objetivo secundario, siendo principal el ocio y en ciertos casos el trabajo (Bochner, 2006).
- Los estudiantes pueden permanecer más tiempo que los turistas, aunque a veces el tiempo puede ser similar, ya que existen programas de estudio más cortos que un curso académico (Jamaludin et al., 2016).

De esta forma, según la relevancia del aprendizaje en el viaje, encontramos dos tipos o segmentos de turismo educativo:

- El primer segmento, donde el aprendizaje es el objetivo principal.

- El segundo segmento, cuyo objetivo principal es el viaje en sí, y el aprendizaje juega un papel secundario (Kelly & Brown, 2004; Ritchie et al., 2003).

Según el autor, los estudiantes universitarios internacionales se pueden encontrar en un segmento u otro: estando en el primero según Ritchie et al. (2003), o en el segundo según Hattie (1997).

Se debe destacar que la motivación del turismo casi nunca resulta de una sola razón, siendo normalmente compleja y multidimensional (Crompton, 1979). Además, es la que marca el comportamiento del viaje, determinando los diferentes aspectos de la actividad turística (Castaño Blanco et al., 2003).

Para conocer los factores de la motivación del turismo puede usarse la teoría de la motivación push-pull (Crompton, 1979; Dann, 1977; Klenosky, 2002), que los divide en:

- Intrínsecos o de empuje: es la motivación interna, procedente de la esfera psicosocial.
- Extrínsecos o de atracción: viene dado por las características del destino.

De esta forma, la motivación de los estudiantes para inscribirse en un International Exchange Program (IEP) se debe a la combinación de estos factores, siendo los intrínsecos los que marcan la motivación de estudiar en el extranjero, y los extrínsecos los que marcan el lugar de destino (González et al., 2011).

Motivo por el que las estrategias de marketing deben combinar factores intrínsecos y extrínsecos con objetivo de lograr captar a los estudiantes a los IEP. Ya que, al hacerlo, se les pueden ofrecer servicios y productos de mayor calidad, para así, satisfacer las necesidades y deseos de estos turistas (Crompton, 1979; Jang & Cai, 2002).

Con este objetivo en mente, se puede animar a los estudiantes con las ideas de: mejorar sus habilidades personales y profesionales, cambiar su contexto social, desarrollar otro tipo de ocio, promocionar la relajación, entre otros beneficios (Vossensteyn et al., 2010). El desarrollo personal abarca todos los medios que refuerzan la autoconfianza y la

autosuficiencia, extendiendo su visión del mundo por diferentes experiencias debidas a otros contextos sociales y culturales (Ingraham & Peterson, 2004). En cambio, el desarrollo de habilidades profesionales se centra en actividades que fomentan el aprendizaje y el aumento del rendimiento académico (Bracht, et al., 2006). Otros motivos clave para estimular los IEP pueden ser vivir y disfrutar aventuras, pasar un buen rato o simplemente viajar (Daly, 2011; González et al., 2011; Keogh & Russel-Roberts, 2009; Teichler, 2004; Van Hoof & Verbeeten, 2005).

Aprender otra lengua o perfeccionar su dominio estimula el crecimiento personal y profesional, la comprensión de la cultura y sociedad del país anfitrión, el conocimiento empresarial, y la mejora de las relaciones interpersonales, sin olvidar que acrecienta las posibilidades de encontrar empleo (Keogh & Russel-Roberts, 2009; Ward, 1996).

El idioma juega un papel fundamental en la movilidad de los estudiantes, puesto que deben dominarlo para desarrollarse personal y/o profesionalmente, e incluso para divertirse, en otro país (Knight & Madden, 2010). Llewellyn-Smith y McCabe (2008) descubrieron que la motivación para aprender inglés o mejorar sus habilidades en el idioma inglés no se consideraba muy importante (ocupando el puesto 12 en una escala de 13 ítems), pese a que la muestra estaba compuesta en un 34% por estudiantes de habla inglesa, para quienes el idioma no tenía ninguna relevancia; y un 66% estudiantes de habla no inglesa que consideraron que el idioma era un factor importante; usando una muestra de 93 estudiantes internacionales de una universidad australiana. En el estudio de Lesjak et al. (2015) se le atribuyó el puesto número 6 (en una escala de 14 ítems) a la motivación de aprender una lengua, en una muestra de 360 estudiantes internacionales de 26 países europeos. Otros autores como Chen (2007) y Mazarol y Soutar (2002), estudiaron las motivaciones de participación en los IEP, pero sin considerar la motivación relacionada con los idiomas.

Los estudiantes pueden sentirse atraídos por estudiar en un destino específico gracias a una serie de factores que pueden hacer que un destino sea más atractivo que otros, siendo estos:

- Geográficos: siendo la calidad y cercanía del transporte público, por ejemplo (Cubillo et al., 2006; Mazzarol & Soutar., 2002; Price et al., 2002).
- Culturales: siendo los hábitos de vida, la lengua, y el entretenimiento, por ejemplo (Keogh & Russel-Roberts, 2009; Kim et al., 2006).
- Socioeconómicos: siendo el nivel económico o la dificultad para encontrar hospedaje, por ejemplo (Cubillo et al., 2006; Mazzarol & Soutar, 2002; Price et al., 2002).
- Académicos: siendo la oferta académica, los requisitos de ingreso, por ejemplo (Mazzarol & Soutar, 2002). Un factor negativo a tener en cuenta es la limitación de las universidades anfitrionas, puesto que solo sirven de elección las que tienen acuerdos de intercambio (Van Hoof & Verbeeten, 2005).

Cuando los estudiantes consiguen una relación estrecha con el contexto sociocultural, aumenta la satisfacción con el destino, lo cual consigue una futura repetición del viaje y una recomendación a otros turistas, educativos o no (Michael et al., 2003; Townsend & Lee, 2004; Weaver, 2003).

Aunque se ha encontrado gran cantidad de artículos sobre este tema, no se ha encontrado tanta literatura sobre la relación entre el aprendizaje de idiomas, la actividad turística y el impacto económico. Mora y Dávila (2006) plantea el lenguaje como un recurso económico y turístico, por lo que, para el autor, la relevancia del turismo de idiomas está determinado por las siguientes características:

- Aumenta la demanda de forma ininterrumpida temporalmente, es decir, que sea menos estacional.
- Aumenta el tiempo de estancia.
- Aumenta el gasto turístico.

- Gran potencial para atraer más visitantes por la recomendación de este tipo de turistas a su familiares, amigos y conocidos.
- Aumenta la diversidad del tipo de alojamiento: como compartir apartamentos, vivir con familias locales o en dormitorios.

Esto hace que sea un gran recurso para aumentar la gama de productos turísticos, siendo el turismo de idiomas rentable, especialmente dentro de destinos maduros, como es el caso de la costa Cálida (Mora & Dávila, 2006).

Cabe destacar que el turismo educativo se ha considerado como un elemento del turismo cultural, donde también se incluyen el patrimonial y el religioso (Ritchie et al., 2003). En la investigación académica, se ha usado indistintamente diferentes términos como viajes educativos, turismo de idiomas o viajes de idiomas, aunque tienen diferentes connotaciones (Brown, 2009; Laborda, 2007).

En España, el turismo lingüístico se implantó al inicio del presente siglo. Aunque esto derivó en una disputa, ya que, existen detractores del potencial de la enseñanza de idiomas como un recurso turístico y económico, otorgándole valor cultural y educativo únicamente (Berdugo, 2001). Además, esta controversia se ha reforzado con la delimitación conceptual de los turistas de idiomas (Rodríguez-Tapia y González-Fernández, 2016), relacionándose con las características de éste, entre las que destacan: la edad, el centro educativo al que pertenecen, y el motivo del viaje (lúdico o educativo).

Mientras que España ha incluido el aprendizaje de idiomas dentro de las actividades culturales, otros países como Francia y Reino Unido han llegado a introducir términos como “séjours linguistiques” (Hollier & González, 1998) que han permitido añadir los cursos académicos dentro de la industria del turismo, evitando así las connotaciones negativas.

Chauvin (2003) considera como turismo la estadía por aprendizaje de idiomas, contemplando tres elementos principales: alojamiento, viajes y cursos de idiomas.

En esta línea, se sitúan Stone y Petrick (2013), que incluyen todas las actividades realizadas, ya sean turísticas o académicas. En cambio, otros autores como Álvarez (2001) añaden restricciones como la edad o la distinción entre los centros (públicos o privados).

Aunque no se ha podido hallar cifras oficiales sobre el efecto económico del turismo de idiomas en España, Turespaña aporta los datos más recientes (2008) respecto al turismo de idiomas en España, destacando: 237.600 turistas de idiomas, con un gasto realizado de 463 millones de euros, siendo la media del costo de 1950 €por estudiante.

A modo de conclusión, se deben tener en cuenta los factores intrínsecos y extrínsecos en la motivación de los turistas, ofreciendo más servicios y recursos de calidad, para poder fomentar el turismo, haciendo que sea menos estacional, sin olvidar, que no solo se fomentaría el de idiomas, puesto que los turistas de idiomas suelen atraer a más visitantes. Esto conlleva una modernización del tipo de turismo ofertado en destinos maduros, como es Costa Cálida, para poder atraer al turismo lingüístico, ya que juega un papel muy relevante de forma directa e indirecta en la economía.

4. Programa Erasmus y repercusiones económicas en ciudades universitarias

La historia y la escala de la migración de estudiantes internacionales están bien documentadas. Según las estadísticas de la UNESCO en 1999, aproximadamente medio millón de estudiantes estudiaron en el extranjero a principios de la década de 1970, aproximadamente un millón a principios de la década de 1980 y aproximadamente 1,5 millones a mediados de la década de 1990, manteniéndose constante la “cuota de movilidad para estudiantes” en el 2% aproximadamente. El país de origen de los estudiantes internacionales suele estar “en desarrollo” mientras que el destino suele ser un país “desarrollado”.

Cabe mencionar que el programa Erasmus ha supuesto una gran estimulación de la movilidad en el interior de Europa desde 1987, llegando a utilizar este recurso más de un millón y medio de estudiantes en los últimos 20 años. Esto ha cambiado el paradigma de pensamiento sobre el aprendizaje en otro país europeo, viéndose como algo habitual (Teichler, 2004). Durante el curso 2004/2005, 144.058 estudiantes participaron en el programa Erasmus en 31 países, durante 6 meses de media de estancia. Respecto a las becas Erasmus, 137.166 estudiantes recibieron una, y el resto participo sin beca (Comisión Europea, 2006). Los ingresos medios obtenidos de ésta fueron de 140 €al mes por estudiante, aunque existen variaciones en función del país, siendo de 92€ en la República Checa y de 498€en Chipre. En la actualidad, esta cifra asciende hasta 797.000 personas. Además, España se sitúa como el tercer país exportador de alumnos al extranjero, por detrás de Francia y Alemania, y en cambio se sitúa como el primer destino para estudiantes de otros países.

La gran visualización del programa Erasmus ha hecho que sea estudiado y analizado. El objetivo de los primeros estudios, a finales del pasado siglo, fue detallar y precisar las cohortes de representación de estudiantes Erasmus. Autores como Opper et al. (1990) y Teichler y Steube (1991) estudiaron el funcionamiento y la repercusión de la movilidad de los participantes de dicho programa.

Otros estudios han analizado el impacto que ha tenido en las políticas educativas nacionales, y autores como Maiworm et al. (1993), Rosselle y Lentiez (1999) y Teichler (1991, 2004) nos muestran las experiencias de los participantes del programa Erasmus, su motivación, sus programas de estudios, su forma de evaluación académica, y sus condiciones de vida. Cabe añadir que Teichler (2004) expone que la perspectiva de desarrollo personal y laboral ha disminuido. Por todo esto, la distribución de oportunidades de participación en el programa entre diferentes grupos juega un papel fundamental.

Aunque, casi no se ha investigado sobre el perfil de los estudiantes que participan en Erasmus, durante el curso de 1998/1999, una encuesta de la Comisión Europea observó las diferencias socioeconómicas de los participantes en el programa Erasmus respecto a la población, y en comparación con los estudiantes de educación superior. Además, otros autores corroboraron este descubrimiento con otra encuesta a estudiantes universitarios de Suiza, manifestando que los antecedentes socioeconómicos de los estudiantes intervienen en su participación en los programas de intercambio.

Motivaciones del turismo Erasmus

La motivación para aprender se ve como un proceso interno, una acción o una voluntad que obliga al individuo hacia acciones que satisfacen sus necesidades. Juega un papel muy relevante en la predicción de los beneficios individuales del aprendizaje por lo que, siempre está dirigido hacia unos objetivos. La literatura previa existente analizó la motivación educativa con la teoría de la autodeterminación (Kember et al., 2008; Vallerand et al., 1992), aportando así conocimiento sobre el origen de la motivación.

Para conocer dicha motivación se puede partir de la teoría de la motivación push-pull (González et al., 2011; Mazzarol & Soutar, 2002). De esta forma, los factores intrínsecos (o de empuje) proceden del área psicosocial, animando al individuo a estudiar en otro país; mientras que los factores extrínsecos (o de atracción) vienen dados por las características propias del destino. Es la combinación de estos factores, lo que marca la decisión de estudiar en el extranjero, y posteriormente el lugar de destino.

Stone y Petrick (2013) y Vossensteyn et al. (2010) aseveran que la motivación de los estudiantes viene dada por la mejora de habilidades personales y profesionales, oportunidades profesionales, la realización de actividades de relajación y ocio, entre otros beneficios. Como tal, las experiencias de intercambio de estudio mejoran no solo el crecimiento personal y profesional de los estudiantes sino también el de los maestros.

Existen unos factores que marcan la priorización de las diferentes motivaciones de los estudiantes de diferentes orígenes: la cultura, la situación económica, las oportunidades educativas y la duración de los programas de intercambio. Autores como González et al. (2011) observaron que las oportunidades de empleo eran mayores tras recibir formación en el extranjero.

Un estudio (Cantwell et al., 2009) señala que la procedencia marca las expectativas del destino de trabajo tras cursar sus estudios en el extranjero, puesto que los estudiantes europeos creían que mejoraría sus posibilidades de empleo en otro país, mientras que los estadounidenses confiaban que fuese en su propio país. Cabe destacar la excepción de los estadounidenses varones que han vivido en el extranjero, pues se orientarán más hacia carreras internacionales (Gerner & Perry, 2000).

Kondakci (2011) observó que los estudiantes de los países de Europa occidental buscan más su crecimiento personal, al contrario que los de Europa del Este que se dirigen hacia elementos educativos y financieros. En un estudio similar, pero centrado en estudiantes de Malasia, Pyvis y Chapman (2007) concluyeron que los malayos están motivados por objetivos profesionales en grandes corporaciones multinacionales para estudiar en Australia, mientras que los no malayos buscan beneficios personales.

Los beneficios de las experiencias y acciones son buenas maneras de comprender los factores o motivos de un comportamiento particular (March & Woodside 2005). De esta forma, Van Hoof y Verbeeten (2005) indican que el desarrollo personal es el motivo dominante para estudiar en el extranjero. Si bien los beneficios relacionados con el crecimiento profesional de los estudiantes, como la oportunidad de trabajo y la graduación

en la institución de origen, son importantes, pero es el desarrollo personal el que mayor peso adquiere en esta valoración.

Además, González et al. (2011) observó que el tiempo libre y el ocio también influyen en la motivación de los estudiantes, ya que, según Rojek (1989), se usa como vía de escape de la rutina y la monotonía como puede ocurrir en la universidad de origen, sin olvidar la motivación de aprender nuevos conocimientos. Estas conclusiones, también son identificadas por Teichler (2004), añadiendo la oportunidad de vivir una aventura que posteriormente observa Findlay et al. (2010). Tal es la repercusión de la diversión y búsqueda de aventura, que se la suele describir como una motivación mayor que el crecimiento académico. Es por esto que los factores extrínsecos (de atracción del destino) influyen enormemente sobre la motivación de la movilidad de los estudiantes, sirviendo como predictores de participación cognitiva, además.

Cabe destacar que, respecto a los estudiantes de pregrado, Hill (2013) observó la influencia de los factores circunstanciales de la universidad, siendo el entorno universitario, el curso académico y su programa educativo.

Moscardo et al. (1996) aseveran que la motivación extrínseca (de atracción del destino) reside en las actividades, destacando las experiencias educativas internacionales, ya que refuerzan sus nociones sobre la teoría y práctica empresarial. En cambio, en un estudio de Kim et al. (2006), se considera al “estilo de vida” (visto como conocimiento, deporte y aventura) como factor único en dicha motivación, en estudiantes de 18 a 26 años. Además, otro estudio observa que la cultura y el clima entre otras características del país de destino influyen en la decisión de este (Keogh & Russel-Roberts, 2009).

Asimismo, aplicando el enfoque push-pull (Baloglu & Uysal, 1996; Mazzarol & Soutar, 2002). Kim et al. (2006) comenta que las decisiones de los estudiantes en viajes de ocio pueden ser impulsadas por lo intangible (p. ej., escape, relajación y exploración) y atraídos por factores tangibles como atracciones naturales, deportes y recreación, entretenimiento y eventos, y vida nocturna y lugares de fiesta.

Como analizan estos autores, el motivo principal del viaje es educativo, pero la decisión del destino no viene marcada únicamente por decisiones académicas. Según Richards y Wilson (2004), los estudiantes jóvenes con bajo presupuesto, suelen buscar lugares de bajo coste económico, donde el turismo no se ha masificado. En cambio, en los estudiantes de origen asiático, los factores influyentes son los entornos seguros, con un nivel de vida medio, y la cercanía geográfica (Mazzarol & Soutar 2002).

Respecto a las diferencias de género en los estudiantes, se ha observado que las mujeres tienen más motivación por los viajes de placer. Además, las motivaciones clave son diferentes según el género: los hombres prefieren actividades relacionadas con su deporte preferido y experiencias de adrenalina; y las mujeres prefieren caminatas, trekking y eventos culturales (Van Hoof & Verbeeten, 2005; Zalatan, 1998).

Además, el dominio del idioma del país de destino actúa como un factor influyente en la decisión de estudiar allí. La edad también modifica el tipo de actividad o experiencias, siendo: las actividades sociales o las experiencias intensas, las preferidas por los jóvenes (menores de 26 años); y las experiencias individuales y más relajadas, las favoritas para los mayores de 26 años.

Respecto a los estudiantes que quieren participar en el programa ERASMUS, el conocimiento, los antecedentes personales, la situación económica, las diferencias educativas entre el país de origen y el anfitrión, y la burocracia, son contemplados como barreras para la participación en este. Estos obstáculos repercuten indirectamente sobre la decisión del destino.

Por último, respecto a los países mediterráneos, suelen ser más atractivos para los estudiantes ERASMUS, debido a factores extrínsecos que destacan respecto al resto de Europa, como son el clima y el desarrollo del turismo (González et al., 2011).

**EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA**

Figura 3 Distribución geográfica de universidades en la ciudad de Cartagena



Fuente: Google Maps

En la tabla 1 encontramos la información relativa a la oferta educativa de la Universidad de Murcia. En esta universidad existen cinco grandes ramas que agrupan un centenar de posibilidades de orientaciones.

Tabla 1 Resumen de actividad docente de la Universidad de Murcia

Rama	Titulación
Artes y Humanidades	Bellas Artes
	Historia
	Historia del Arte
	Geografía y Ordenación del Territorio

**EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA**

	<p>Filosofía</p> <p>Filología Clásica</p> <p>Lengua y Literatura Españolas</p> <p>Traducción e Interpretación</p> <p>Estudios Ingleses</p> <p>Estudios Franceses</p>
<p>Ciencias Sociales y Jurídicas</p>	<p>Administración y Dirección de Empresas (ADE)</p> <p>Administración y Dirección de Empresas + Derecho</p> <p>Derecho</p> <p>Ciencia Política y Gestión Pública</p> <p>Ciencias de la Actividad Física y del Deporte</p> <p>Comunicación Audiovisual</p> <p>Criminología</p> <p>Economía</p> <p>Educación Social</p> <p>Información y Documentación</p> <p>Educación Infantil</p> <p>Educación Infantil (ISEN)</p> <p>Educación Primaria (Murcia)</p> <p>Educación Primaria (ISEN)</p> <p>Marketing</p> <p>Pedagogía</p> <p>Periodismo</p> <p>Periodismo + Información y Documentación</p> <p>Publicidad y Relaciones Públicas</p> <p>Relaciones Laborales y Recursos Humanos (Murcia)</p> <p>Relaciones Internacionales</p> <p>Seguridad</p> <p>Trabajo Social</p> <p>Turismo</p>

**EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA**

Ciencias de la Salud	<p>Enfermería (Cartagena)</p> <p>Enfermería (Lorca)</p> <p>Enfermería (Murcia)</p> <p>Farmacia</p> <p>Fisioterapia</p> <p>Logopedia</p> <p>Medicina</p> <p>Nutrición Humana y Dietética</p> <p>Odontología</p> <p>Óptica y Optometría</p> <p>Psicología</p> <p>Veterinaria</p>
Ingeniería y Arquitectura	<p>Ingeniería Informática</p> <p>Ingeniería Química</p> <p>Matemáticas + Ingeniería Informática</p>
Ciencias	<p>Biología</p> <p>Bioquímica</p> <p>Biotecnología</p> <p>Ciencia y Tecnología de los Alimentos</p> <p>Ciencias Ambientales</p> <p>Física</p> <p>Matemáticas</p> <p>Matemáticas + Ingeniería Informática</p> <p>Química</p>

Fuente: www.umu.es

En la Universidad Católica San Antonio de Murcia, encontramos una oferta educativa similar, con respecto a su sede en Murcia. En este caso, las distintas titulaciones aparecen agrupadas en 7 facultades.

**EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA**

Tabla 2 Resumen de la actividad formativa de la Universidad Católica
San Antonio de Murcia

Rama	Titulación
Facultad de Ciencias Jurídicas y de la Empresa	Grado en Administración y Dirección de Empresas Grado en Administración y Dirección de Empresas Online Bachelor's Degree in Business Administration Grado en Criminología Semipresencial Grado en Criminología Semipresencial Cartagena Grado en Derecho Grado en Derecho Online Grado en Marketing y Dirección Comercial Grado en Marketing y Dirección Comercial Online Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos Semipresencial Bachelor's Degree in Tourism Management Grado en Turismo Grado en Turismo Online
Facultad de Escuela Politécnica Superior	Grado en Arquitectura Grado en Ingeniería Civil Grado en Ingeniería Informática Grado en Ingeniería Informática Online Grado en Ingeniería de Edificación Grado en Ingeniería en Sistemas de Telecomunicación
Facultad de Ciencias de la Salud	Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos Semipresencial Grado en Farmacia Grado en Fisioterapia Grado en Fisioterapia Cartagena

**EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA**

	<p>Grado en Gastronomía</p> <p>Grado en Medicina</p> <p>Grado en Nutrición Humana y Dietética</p> <p>Grado en Odontología</p> <p>Bachelor's Degree in Dentistry</p> <p>Bachelor's Degree in Dentistry Cartagena</p> <p>Bachelor's Degree in Pharmacy</p> <p>Grado en Podología</p> <p>Grado en Psicología</p> <p>Grado en Psicología Online</p> <p>Bachelor's Degree in Psychology</p> <p>Grado en Terapia Ocupacional</p>
Facultad de Deporte	<p>Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte</p> <p>Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte Cartagena</p> <p>Grado en Danza</p> <p>Bachelor's Degree in Physical Activity and Sport Sciences</p>
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	<p>Grado en Comunicación Audiovisual</p> <p>Grado en Educación Infantil</p> <p>Grado en Educación Infantil Semipresencial</p> <p>Grado en Educación Infantil Semipresencial Cartagena</p> <p>Grado en Educación Primaria</p> <p>Grado en Educación Primaria Semipresencial</p> <p>Grado en Educación Primaria Semipresencial Cartagena</p> <p>Grado en Lenguas Modernas</p> <p>Bachelor's Degree in Modern Languages</p> <p>Grado en Periodismo</p> <p>Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</p> <p>Grado en Traducción e Interpretación</p>

**EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA**

Facultad de Enfermería	Grado en Enfermería Grado en Enfermería Cartagena
------------------------	--

Fuente: www.ucam.es

Con respecto a la Universidad Politécnica de Cartagena, encontramos dos grandes grupos que aúnan la oferta académica. En este sentido encontramos el área de empresa y el área técnica (ver tabla 3).

Tabla 3 Resumen actividad formativa de la Universidad Politécnica de Cartagena

Rama	Titulación
Empresa	Grado en Turismo Grado en Administración y dirección de empresas
Técnica	Grado en Ingeniería de Edificación Grado en Fundamentos de Arquitectura Grado en Ingeniería Civil Grado en Ingeniería de Recursos Minerales y Energía Grado en Ingeniería Agroalimentaria Grado en Ingeniería Eléctrica Grado en Ingeniería Electrónica Industrial Grado en Ingeniería Mecánica Grado en Ingeniería Química Industrial Grado en Ingeniería de Tecnologías Industriales Grado en Ingeniería en Sistemas de Telecomunicaciones Grado en Ingeniería Telemática

Fuente: www.upct.es

Además de una amplia oferta académica de grado, estas tres universidades poseen programas de posgrado y doctorado. Esta formación superior también dispone de

**EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA**

estudiantes de intercambio, aunque en menor medida que el grado. En el caso de la Universidad de Murcia tienen 67 Máster, que cubren distintas áreas y tienen 35 doctorados que de igual manera son distintas materias. Por otro lado, la Universidad Católica San Antonio de Murcia también ofrece Master y Doctorados viables para estudiantes extranjeros, en esta universidad se ofertan presenciales, semipresenciales y online. Respecto a la Universidad Politécnica de Cartagena cuenta con 30 Máster y 9 doctorados de distintas áreas.

Los tres centros universitarios de la Región de Murcia tienen varios programas de intercambio y acuerdos con universidades. A continuación, se presenta una lista (ver tabla 4) con el abanico de programas de movilidad de cada universidad.

Tabla 4 Programas de intercambio de las Universidades de la Región de Murcia

UNIVERSIDAD DE MURCIA	
Programas de intercambio	Convenios Bilaterales
Asia	Asia
CUC. Communication University of China	Shanghai Normal University - School of Finance and Business (China)
SHARE EU ASEAN - Apoyo de la Unión Europea a la Educación Superior en la región ASEAN (Association of Southeast Asian Nations)	Tamkang University (Taiwan)
ZEUMAT - Movilidad Internacional	Antai College of Economics and Management de la Shanghai Jiao Tong University (China)

**EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA**

<p>EEUU</p> <p>ISEP</p> <p>Europa</p> <p>CMN-INPS Instituto Nacional de Previsión de Italia</p> <p>Erasmus+ Estudios</p> <p>Erasmus+ Prácticas</p> <p>Latinoamérica</p> <p>Becas Argentinas</p> <p>Becas Iberoamérica Santander</p> <p>Cruz del Sur</p> <p>ILA</p> <p>Prácticas Curriculares en Bolivia</p> <p>Programa Golondrina</p> <p>Becas de Doctorado AUIP</p> <p>Fundación Carolina</p>	<p>EEUU</p> <p>BGSU - Bowling Green State University</p> <p>CSU - Colorado State University - Fort Collins</p> <p>KSU-Kent State University</p> <p>Milikin University</p> <p>OSU-Oregon State University</p> <p>SC-Simpson College</p> <p>West Virginia University</p> <p>Southern Utah University</p>
--	---

**EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA**

UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN ANTONIO DE MURCIA

Programas de intercambio

Programa Erasmus Estudio

Programa Erasmus Prácticas

Programa de Intercambio UCAM - Iberoamérica

Programa de Intercambio Norteamérica

Programa Overseas (Asia, Oceanía, África, Federación Rusa)

Programa Erasmus Profesorado

Programa SICUE

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

Programas de intercambio

Convenios Bilaterales

Erasmus+ Incoming

Golondrina

Stella Junior

MIA Incoming Estudios

MIA Incoming Prácticas

Movilidad en la UPCT desde países socios (no UE)

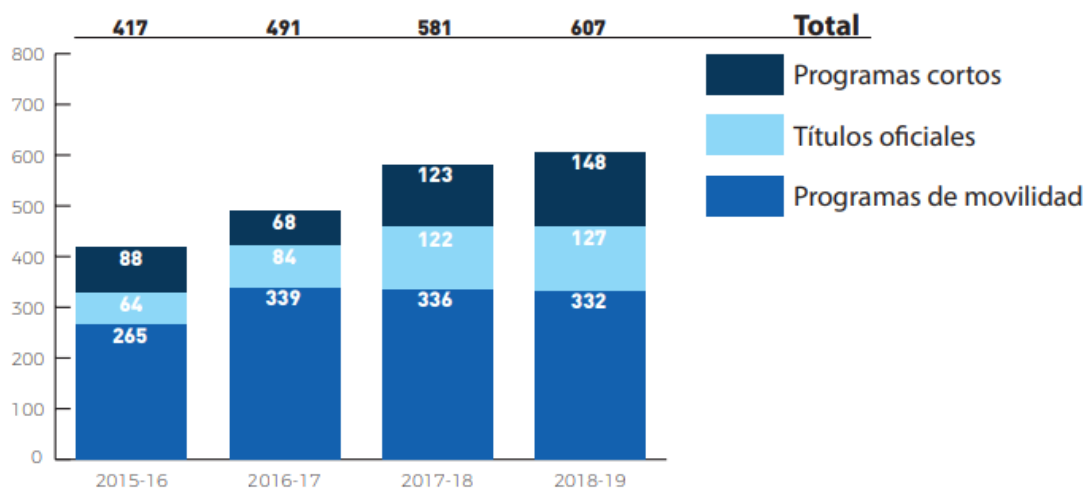
Fuente: www.umu.es; www.ucam; www.upct.es

Profundizando en los estudiantes de intercambio de la Universidad Politécnica de Cartagena, destino objeto de este estudio, y de acuerdo con el Informe de Rendición de

**EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA**

Cuentas UPCT 2018-19, el número de estudiantes de intercambio ha crecido un 4,5% respecto al curso 2017-18. Un total de 607 estudiantes vinieron a estudiar a la UPCT en el curso 2018-19, de ellos el 54,7% venía a través de programas de intercambio (ej. ERASMUS+, Becas SANTANDER o programa INPS de movilidad para Master), otros procedían de la India, China o República Dominicana, y un reducido porcentaje viene a cursar programas cortos, los denominados ‘study tour’, que en su mayoría provienen de Singapur.

Figura 4 Movilidad en la Universidad Politécnica de Cartagena



Fuente: Informe de Rendición de Cuentas UPCT 2018-19

6. Estudio empírico

Actualmente existen ciertos factores que pueden considerarse relevantes a la hora de elegir un destino. En el caso de turismo de estudios, o movilidad Erasmus, encontramos que los motivos pueden ser diversos y variados, y concretar cuáles consideran los alumnos más importantes para elegir un destino en concreto, debe de enmarcar la estrategia que permita hacer atractiva una ciudad, o destino.

Para ello, se ha elaborado un estudio cuantitativo que permita analizar los factores determinantes que influyen a la hora de elegir Cartagena como ciudad de destino para turismo de estudios.

6.1 El cuestionario

El cuestionario se divide en tres partes: la primera se enfoca en datos generales sobre las preferencias de los turistas de estudios, la segunda parte se centra en las características del alojamiento en la ciudad de Cartagena y la tercera se refiere a los datos sociodemográficos de los encuestados para poder definir su perfil.

La recogida de los datos se realizó a través de un cuestionario elaborado en la plataforma de Google Forms (anexo 1) y difundido a través de las redes sociales a estudiantes internacionales que estudiaron en Cartagena entre los años 2017 - 2019. Sus contactos fueron facilitados por la asociación de estudiantes internacionales, ESN.

A la encuesta se puede acceder desde el siguiente enlace: <https://docs.google.com/forms/d/1hm2Ntc6ONV091x7xmuImdFD3XKY3hbLqgx7QweCAPzg/edit>.

El cuestionario se suministró durante el mes de septiembre del 2020 a través de muestreo no probabilístico, denominado “bola de nieve” (Goodman, 1961), y los únicos fallos encontrados fueron en las preguntas abiertas por errores gramaticales, que fueron convenientemente corregidos.

6.2 La muestra

La muestra del estudio está compuesta por 85 individuos que accedieron a participar en el estudio de manera voluntaria, mediante un formulario digital, para salvaguardar todas las limitaciones de la Covid-19.

Para una muestra de 85 individuos y un 95 % el nivel de confianza ($z=1,96$), con un 5% imprecisión máxima sobre una escala de 1 a 5 y en el caso más desfavorable de la varianza sobre el rango de esa escala, el error absoluto máximo de estimación construido en base a un factor de precisión de la escala de medida de las variables del estudio sería de 0,196. En la tabla 5 se puede ver la ficha técnica de la investigación.

Tabla 5 Ficha técnica de investigación

Ámbito	Internacional
Población	1.188 (estudiantes de intercambio de la UPCT de los cursos 2017-18 y 2018-2019).
Tipo de muestreo	Conveniencia no probabilístico “bola de nieve”
Modo de recogida de datos	Cuestionario online
Tamaño de la muestra final	85
Imprecisión máxima de las estimaciones (FIEM) escala de medida (1-5)*	5,228%
Error absoluto de estimación	0,209
Fecha de realización	Septiembre de 2020

*Herramienta para evaluar el grado de imprecisión de las estimaciones de valores medios (Martínez y Martínez, 2008).

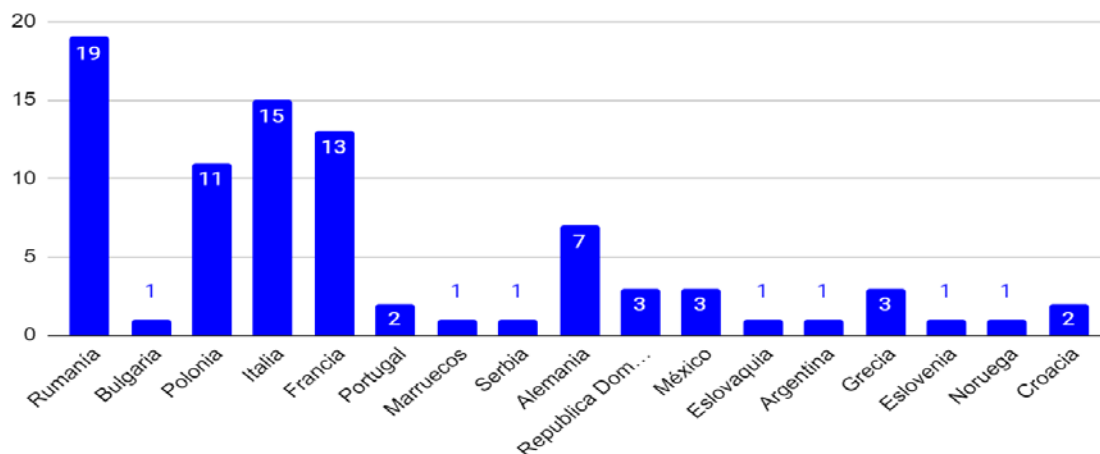
Del total de participantes, encontramos que la mayoría de ellas son mujeres (62.35%), frente a hombres que representan el 37,65% (un total de 32 individuos). En cuanto a la

**EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA**

edad, está en un rango entre 19 y 33 años, pero la mayoría se concentra entre 21 y 25 años (81%).

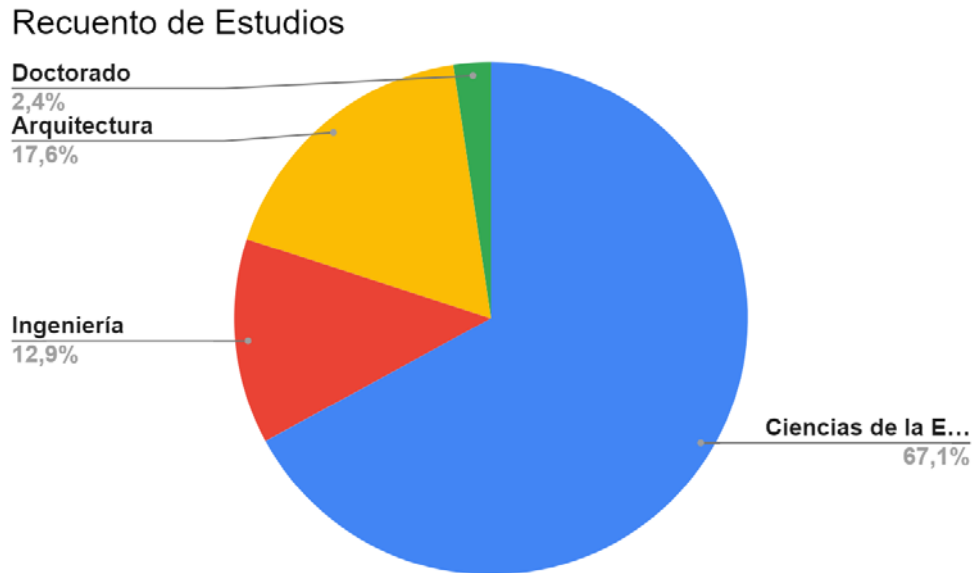
Los países de origen son variados, tal y como se presenta en la figura 5. Como se puede observar, a la cabeza de países emisores de estudiantes encuestados encontramos a Rumanía (22,35%), Italia (17,65%), Francia (15,29%), Polonia (12,94%) y Alemania (8,24%). Además, también podemos observar cómo se distribuyen las principales titulaciones, en su mayoría viene a cursar las que imparte la Facultad de Ciencias de la Empresa (67,1%), seguido de Arquitectura (17,6%) e Ingeniería (12,9%) y por último, los que viene a realizar el Doctorado (2,4%) (figura 6).

Figura 5 Resumen de los principales países de procedencia



Fuente: Elaboración propia

Figura 6 Principales titulaciones



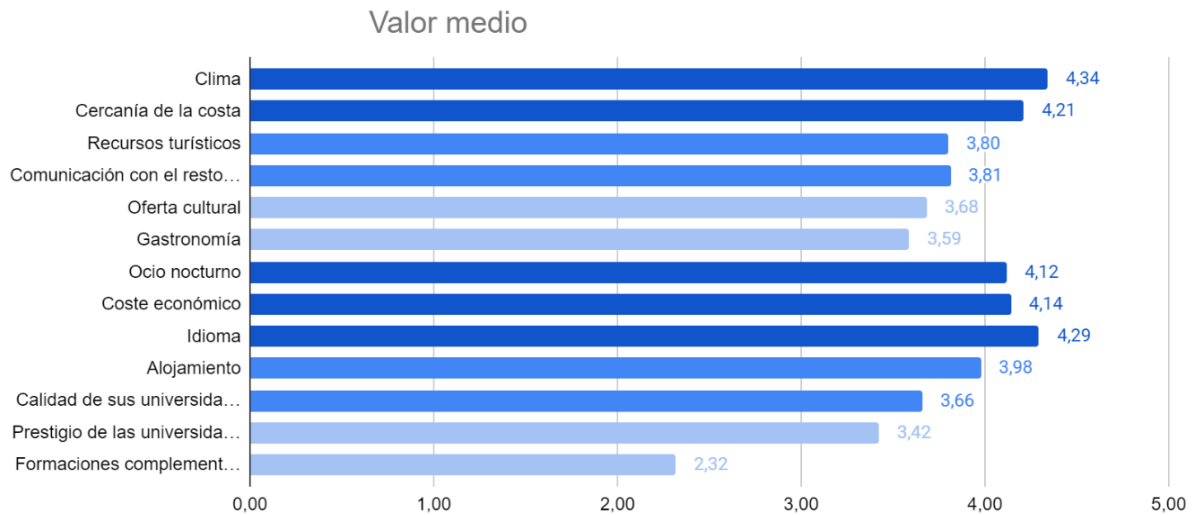
Fuente: Elaboración propia

6.3 Resultados

En primer lugar, se quiso conocer los principales factores que se consideran determinantes a la hora de escoger Cartagena como destino de estudios. Para eso, los participantes tuvieron que puntuar sobre una escala del 1 al 5, siendo 1 nada y 5 mucho, la importancia de los siguientes factores: clima, cercanía de la costa, recursos turísticos, comunicación con el resto de España, oferta cultural, gastronomía, ocio nocturno, coste económico, idioma, alojamiento, calidad de sus universidades, prestigio de las universidades y formaciones complementarias. Los resultados muestran que el principal aspecto para elegir Cartagena es el clima con un valor medio de 4,34 sobre 5, seguido del idioma con un valor medio de 4,29 sobre 5, la cercanía de la costa 4,21, el coste económico 4,14 y el ocio nocturno con un 4,12. Dando una menor importancia a aspectos como el prestigio de la universidad, con un valor medio de 3,42 y a la formación complementaria que obtuvo un valor medio de 2,32 (ver Figura 7).

EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN CARTAGENA

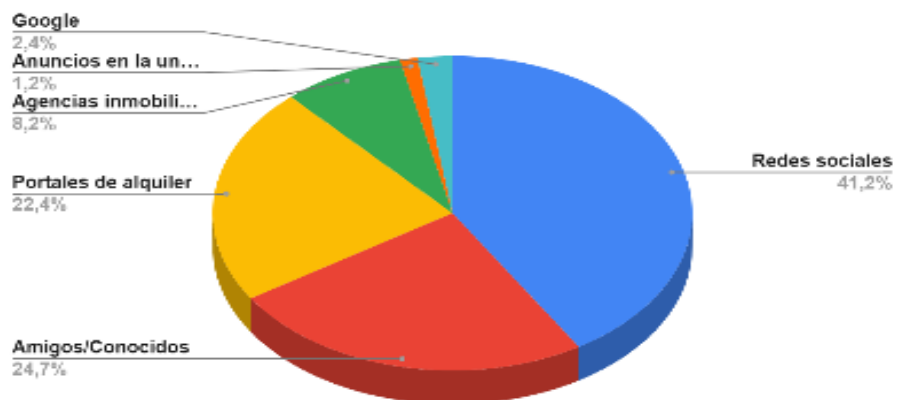
Figura 7 Principales indicadores para escoger destino.



Fuente: elaboración propia

En cuanto a la búsqueda de alojamiento, como se puede apreciar en la figura 8, ésta es principalmente telemática. Tan solo el 8,2% ha acudido a agencias inmobiliarias físicas o ha consultado anuncios en la propia universidad (1,2%). Descartando las recomendaciones de amigos o conocidos (24,7%), el resto de encuestados ha optado por emplear distintas alternativas telemáticas. La mayoría de los estudiantes, han buscado por redes sociales (41.2%), por portales de alquiler (22,4%) o incluso en Google directamente (2,4%).

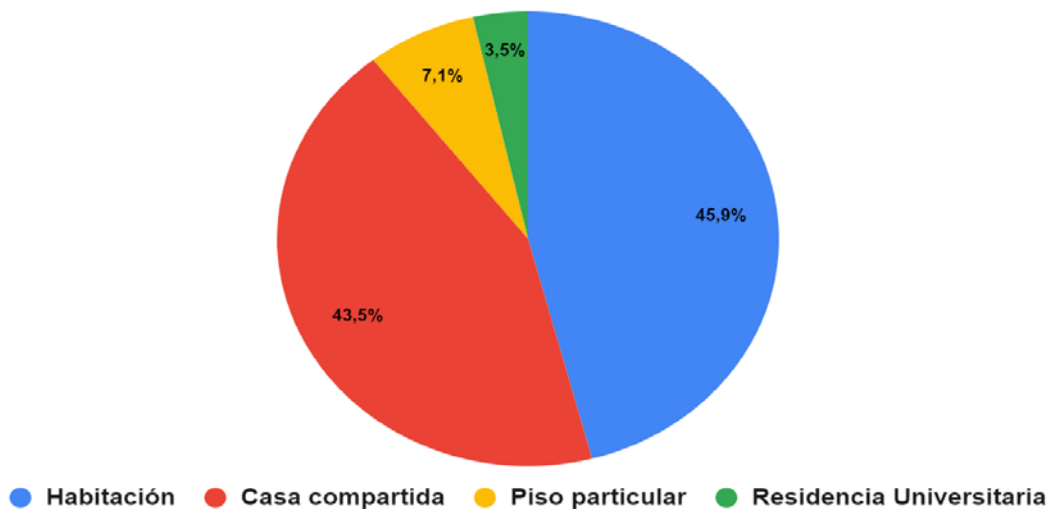
Figura 8 Fuentes de búsqueda del alojamiento



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al tipo de alojamiento buscado, tal y como se observa en la figura 9, la mayoría de los estudiantes desean compartir hospedaje con otros estudiantes. Más de un 80% de los encuestados buscaban una habitación (45%) o una casa para compartirla (43,5%). Tan solo el 7,1% se decantaba por piso propio, y la residencia universitaria era la opción menos buscada (3,5 %).

Figura 9 Tipos de alojamiento buscado



Fuente: Elaboración propia

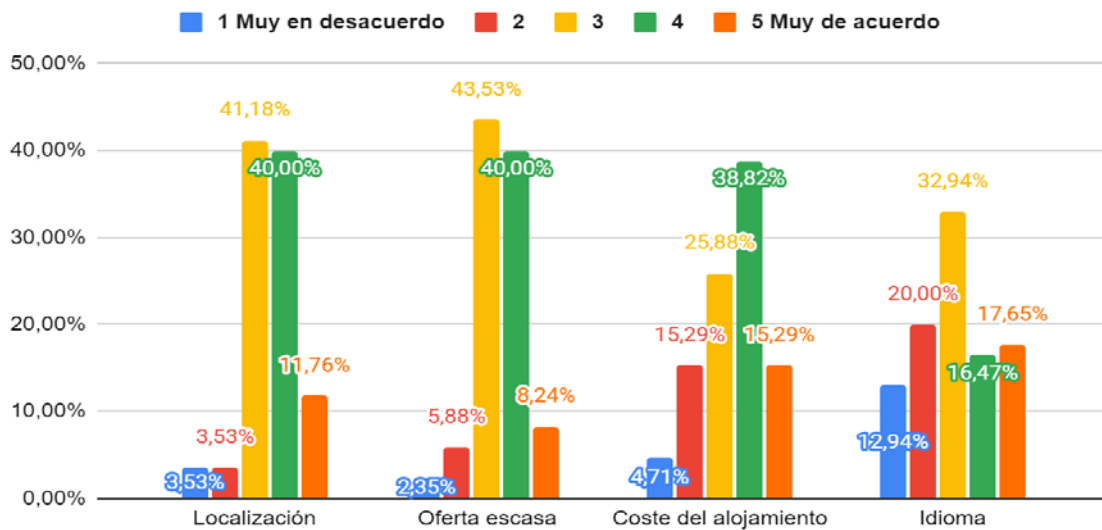
En lo relativo a las dificultades encontradas a la hora de buscar alojamiento, en la figura 10 se puede observar que la localización muestra una curva más acentuada hacia la parte derecha, lo que implica que los participantes consideran la localización como una de las principales dificultades a la hora de buscar alojamiento, valorada de media con 3,53 (sobre 5). Como impedimentos, le sigue de cerca la oferta (3,46), considerada como escasa, y el coste del alojamiento con un 3,45 de media.

Aunque el idioma aparece como la dificultad menos importante, con un valor medio de 3,06 sobre 5, en la figura 10 se remarcan las opiniones muy diversas de los participantes. Cabe destacar que los principales países de procedencia son Rumania, Italia y Francia, cuyos idiomas provienen del latín. Pese a los resultados obtenidos, el idioma destaca con el número de participantes más alto que han estado “muy de acuerdo”, siendo el

EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN CARTAGENA

porcentaje más alto de las cuatro dificultades analizadas, con un 17,65% frente a 15,29% del coste del alojamiento, un 11,76% de la localización y un 8,24% de la oferta escasa.

Figura 10 Valoración de las dificultades a la hora de encontrar alojamiento



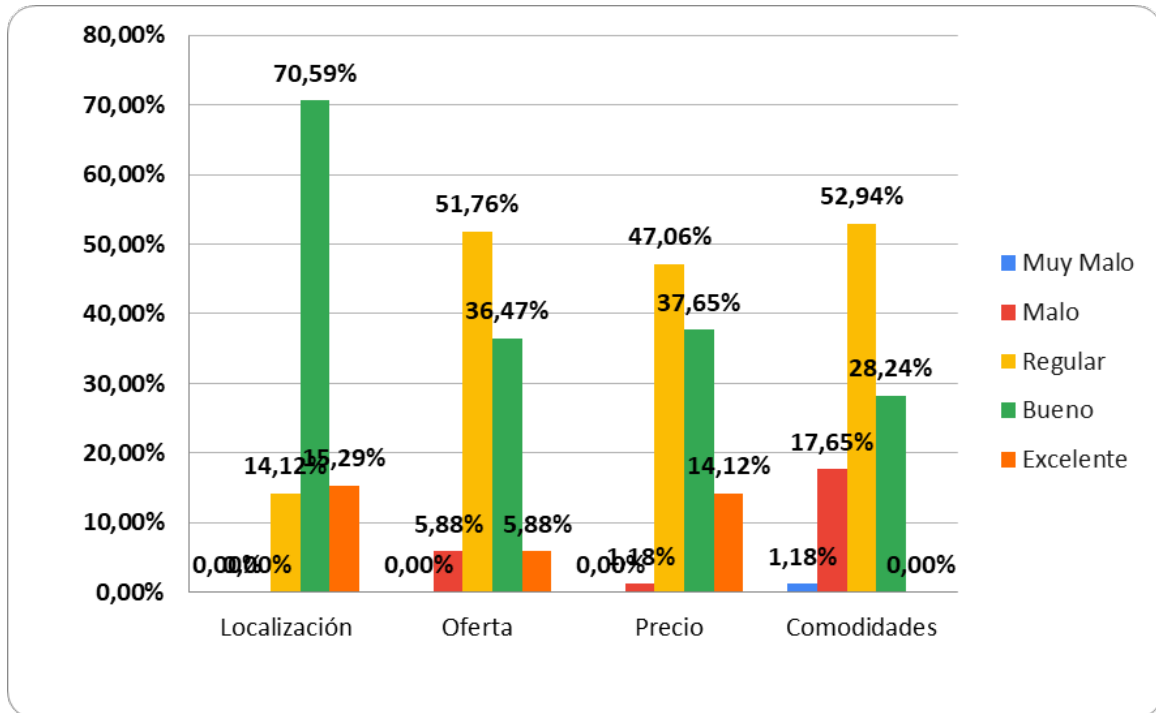
Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la satisfacción con los alojamientos, podemos remarcar que la mayoría de los encuestados han estado satisfechos de la localización, destacándose con un 70,59% para la valoración “Bueno” y un 15,29% para la valoración “Excelente” (ver la figura 11). Si calculamos el valor medio de los cuatro criterios de valoración, se obtiene un 4,01 sobre 5 para la localización, un 3,65 para el precio, un 3,42 para la oferta y un 3,08 para las comodidades. En resumen, los participantes valoran más positivamente donde se encuentra la vivienda y el precio que el alojamiento en sí mismo. Como se puede ver en la figura 11, ninguno de los encuestados puntuó con “Excelente” las comodidades.

Aunque la localización ha sido una de las primeras dificultades, la satisfacción con la localización de los alojamientos es buena, no siendo así la satisfacción con el precio, la oferta y las comodidades (figura 11).

**EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA**

Figura 11 Valoración de los alojamientos

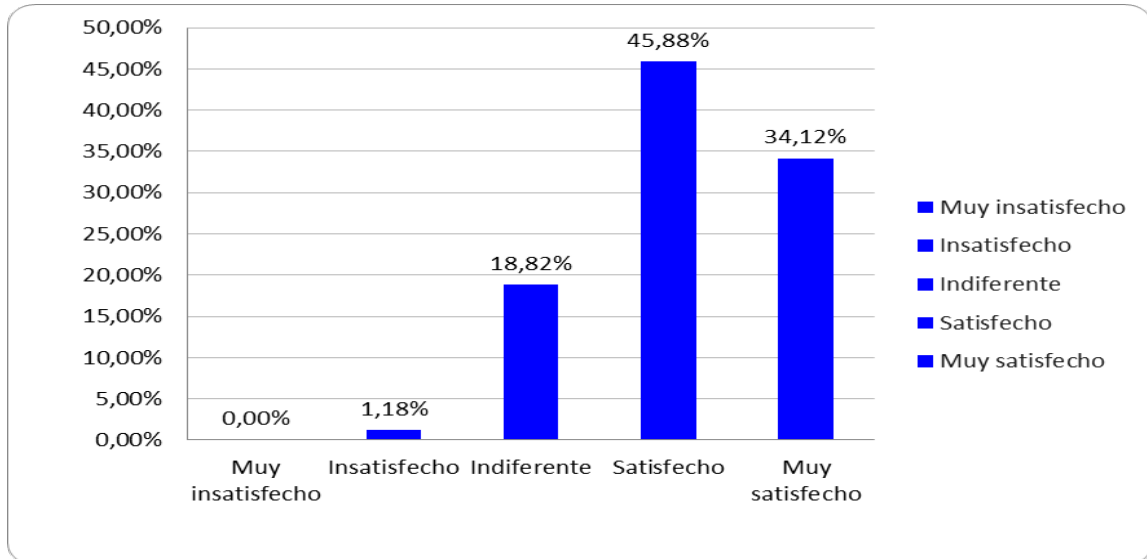


Fuente: Elaboración propia

Respecto a las cuestiones sobre la satisfacción final tanto con el alojamiento como con la experiencia durante el tiempo de estudio (figuras 12 y 13), los resultados muestran que los participantes muestran mayor satisfacción por la experiencia en sí misma (4,60 sobre 5) que en lo relativo al alojamiento (4,13 sobre 5).

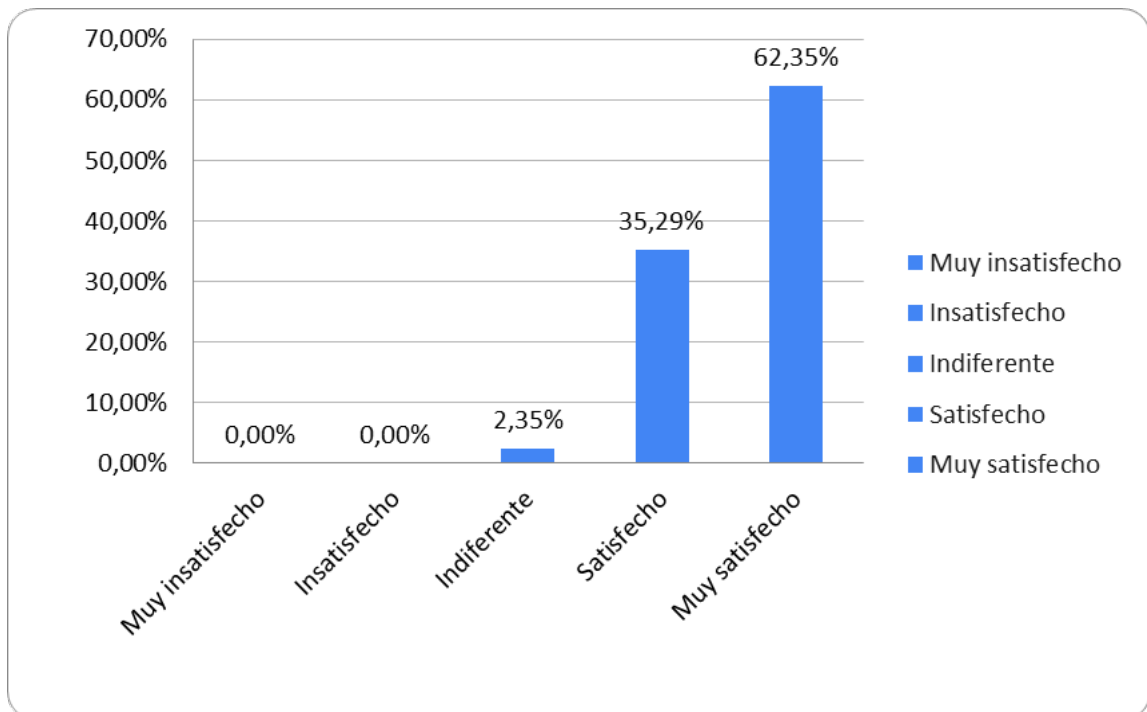
EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA

Figura 12 Satisfacción con el alojamiento



Fuente: Elaboración propia

Figura 13 Satisfacción con la experiencia



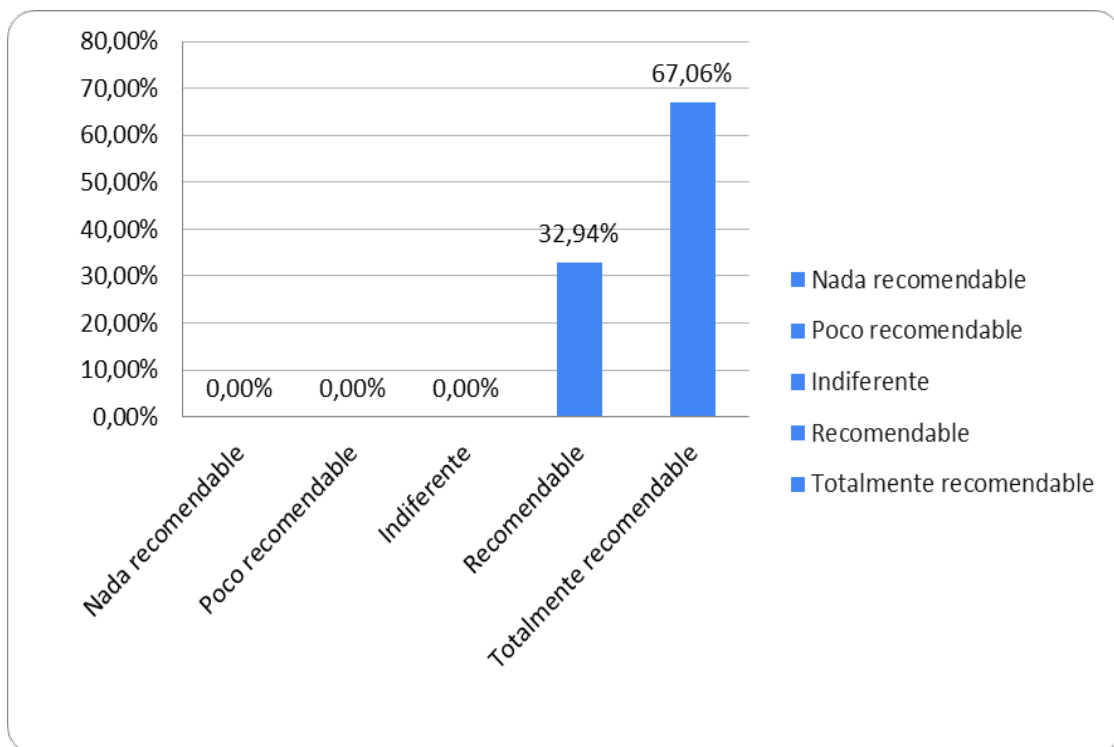
Fuente: Elaboración propia

**EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA**

Finalmente, la posibilidad de recomendación de este tipo de turismo en Cartagena, puede aportar información positiva sobre la posibilidad de aumentar el Turismo de estudio dentro de nuestra zona. Como se muestra en la figura 14, el 100% de los encuestados recomendarían Cartagena como destino de estudios.

Sin embargo, para ello es necesario mejorar, aquellos aspectos que han quedado reflejados como los principales problemas a los que se enfrentan los estudiantes que deciden cursar aquí sus estudios, como la localización, la oferta escasa y la falta de comodidades.

Figura 14 Posibilidad de recomendar a otros estudiantes



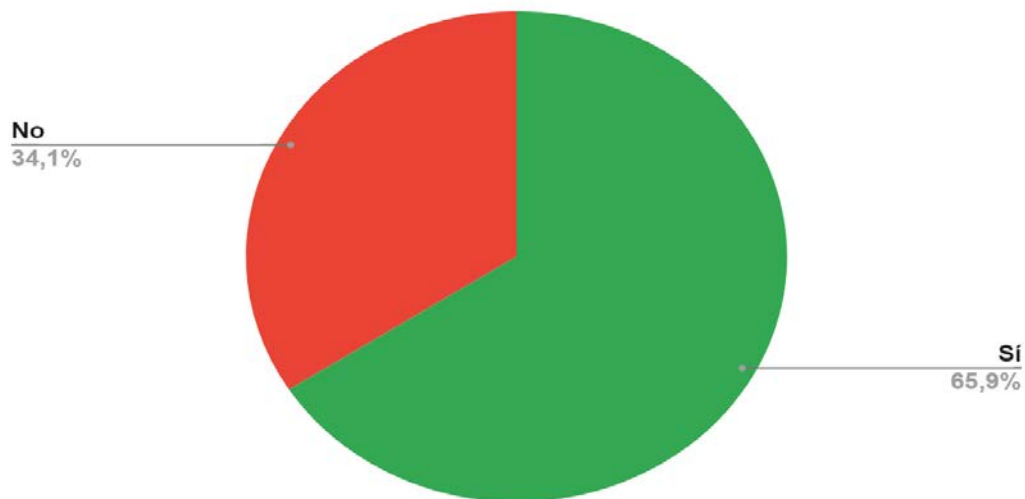
Fuente: Elaboración propia

Además de la alta recomendación del destino (Figura 14), el turismo de estudio atrae también visitas de familiares y amigos de los participantes al intercambio. Como se puede observar en la figura 15, más de 60% de los estudiantes han recibido visitas de un familiar

EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA

o amigo. Lo que muestra que este tipo de turismo merece prestarle más atención por la repercusión económica que conlleva la entrada de turistas.

Figura 15 Visitas recibidas de familiares y amigos



Fuente: elaboración propia

7. Portal de promoción del turismo de estudio en Cartagena (TURESTCARTAGENA)

Ante los resultados obtenidos en el estudio cuantitativo anterior, y habiendo detectado la inexistencia de una web específica que le facilite la búsqueda del hospedaje a los estudiantes de intercambio, se propone en este apartado la creación de una web que promocioe el turismo de estudios y facilite la búsqueda de alojamiento. Dicha web debe estar promovida por la Universidad Politécnica de Cartagena y ESN, la Asociación dedicada a los estudiantes internacionales.

Figura 16 Imagen de Marca de Turismo de estudio Cartagena.



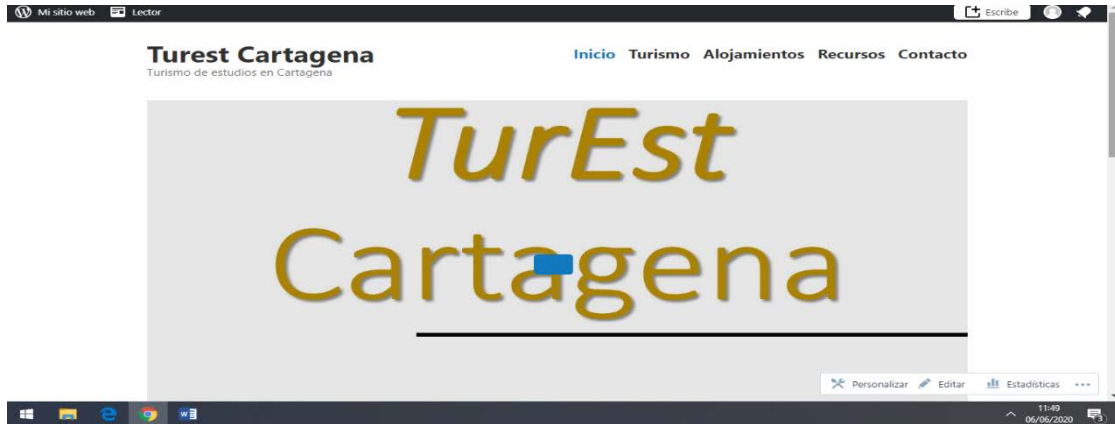
TurEst
Cartagena

Fuente: Elaboración propia

La web TurestCartagena (Figura 16) es una plataforma que recoge algunas singularidades atractivas para la población estudiantil que quiera asentarse de forma temporal en esta zona. En ella se recogen tres grandes aspectos: Turismo, Alojamientos y Recursos (ver figura 17).

EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN CARTAGENA

Figura 17 Interfaz del portal TurEst Cartagena



Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, se realizará una breve descripción del objetivo de la plataforma, así como una definición de las pautas de ejecución o menú de la página que facilita el acceso a los distintos apartados relevantes. El enlace del portal web es <https://turestcartagena.wordpress.com/>.

Figura 18 Resumen objetivos de la plataforma

Esta página ha sido creada para responder a las necesidades que puedan tener los estudiantes que deciden acceder a cursar estudios universitarios en la ciudad de Cartagena.

Esta página se divide en los siguientes apartados:

Alojamiento: donde se resumen los principales espacios de pernoctación en Cartagena

Turismo: Donde se recogen los principales atractivos turísticos de la zona y provincias adyacentes

EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN CARTAGENA

Recurso: donde se informa de aspectos interesantes como alquiler de coche, bicicletas o transporte público

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al apartado de alojamientos encontramos una descripción de inmuebles disponibles que se actualiza de forma semanal (Figura 19). También existe la posibilidad de acceder a alquiler por habitaciones o estancias determinadas:

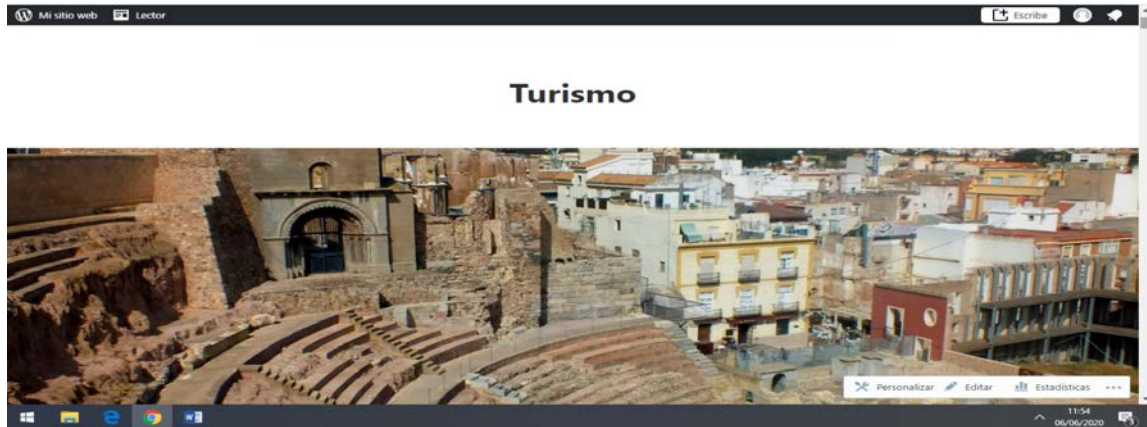
Figura 19 Interfaz de la página de alojamiento TurEst Cartagena.



Fuente: Elaboración propia

En el apartado de Turismo, se aporta información relevante sobre Cartagena (Figura 20). Además, se facilitan detalles interesantes sobre la historia, así como monumentos y atracciones cercanas de las que pueden disfrutar todos los visitantes.

Figura 20 Recursos Turísticos Cartagena



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, encontramos la pestaña recursos, donde se facilitan acceso a medios de transporte público, así como información sobre alquiler de medios de transporte, coche, bicicleta, excursiones y visitas guiadas, y selección de comercios de productos típicos de nuestra tierra.

Entre las principales funciones de esta página web encontramos la necesidad de dar respuesta a las características de los alojamientos de los estudiantes venidos de otros países.

Esta aplicación puede generar un aumento de la confianza del alumno, una mayor identificación con el recurso de viaje y una reducción del temor de enfrentarse en solitario a un desafío tan importante como lo es la búsqueda de un alojamiento en un país desconocido. Además, se pretende ayudar a los futuros estudiantes a evitar los anuncios engañosos, como los alojamientos son seleccionados en base de las opiniones de los antiguos inquilinos.

Del mismo modo, otra de las ventajas de este recurso, es que el alumnado cuando decide buscar un alojamiento, aunque sólo sea por curiosidad o para contrastar precios, encuentra

<p style="text-align: center;">EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN CARTAGENA</p>

accesible información de interés como recursos turísticos, acceso a medios de transporte, entre otros como la movilidad internacional, desde los distintos aeropuertos.

Esto puede sentar las bases de un turismo basado en viejas ideas como lo es de sol y playa, pero también, aquellos que buscan turismo ecológico y naturalista.

8. Conclusiones

El turismo es una de las actividades más importantes del mundo, permite que se desarrolle la economía a nivel mundial y es ejercido en diversos aspectos. En este trabajo se intentó destacar el turismo educativo, universitario para ser más específico, en la ciudad de Cartagena.

En los últimos 60 años, el turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos más importantes y con un crecimiento espectacular a nivel mundial. Este sector se ha convertido en un motor clave del progreso socioeconómico a través de una enorme creación de empleos y empresas.

Como se ha podido apreciar en este trabajo, el turismo de estudios tiene un gran potencial económico, aunque apenas se ha investigado en la literatura académica hasta ahora. Este tipo de turismo puede ser una herramienta para ampliar la gama de productos turísticos que se ofrecen tanto en destinos maduros como emergentes y, además, destaca por su capacidad para hacer que la demanda sea menos estacional y a su vez complementa a los otros tipos de turistas que ya existen (sol y playa, religioso, negocios).

El analizar este trabajo, es necesario destacar, que se ha realizado en un escenario pre-pandemia. Como consecuencia, es imposible delimitar las consecuencias que esta crisis sanitaria puede tener sobre la población y sobre la oferta educativa y la movilidad internacional.

La Región de Murcia, como Comunidad Autónoma, es un destino atractivo para el turismo de estudio, tanto para pernoctaciones breves como para estancias anuales, en el sentido que tiene tres importantes universidades de España. Ahora bien, Cartagena es sede dos universidades, una pública y otra privada, que ofertan carreras atractivas en todas las áreas de conocimiento, y en todos los niveles (grado, máster y doctorado). Este aspecto le hace a la ciudad tener cierto interés para los estudiantes extranjeros.

Como se ha puesto de manifiesto en los diferentes estudios analizados y corroborado por el estudio empírico realizado, los estudiantes tienen necesidades específicas y consumen diferentes recursos turísticos (Kelly & Brown, 2004; Ritchie et al., 2003). Hay estudiantes que tienen como principal factor motivacional el viaje (Teichler, 2004; Stronkhorst, 2005) y otros que tienen como prioridad el componente educativo o de aprendizaje (Kelly & Brown, 2004; Ritchie et al., 2003). En el caso concreto de Cartagena, los principales factores motivacionales han sido el clima, la cercanía a la costa, y el ocio nocturno. En cambio, los factores a los que menos importancia le dan son la calidad de la universidad y las formaciones complementarias.

González et al. (2011) determinan que los países mediterráneos tienden a recibir más estudiantes ERASMUS debido a su enfoque en el turismo y el clima atractivo, hecho confirmado por la clasificación de España como el primer país de Europa que más estudiantes ERASMUS ha recibido en el año 2019.

Otro factor de gran importancia a la hora de elegir el destino ha sido el idioma (4,29 sobre 5). Esto es debido a que la mayoría de los estudiantes (55%) proviene de países cuyos idiomas tienen el origen en el latín. En este sentido, Vossensteyn et al. (2010) identificaron que la proximidad del país anfitrión y sus lazos culturales y sociales con el país de origen están influyendo en las opciones de ubicación de estudio de los estudiantes ERASMUS.

También se puede subrayar que la oferta y demanda de viviendas en las zonas universitarias hacen que esta sea más atractiva que otras ciudades más caras. Cabe destacar que los estudiantes son en su mayoría jóvenes con poco presupuesto que buscan lugares donde no es muy costoso vivir. Tal y como se ha derivado del estudio empírico, el coste económico es también un factor decisonal importante a la hora de escoger Cartagena como destino (4,14 sobre 5).

Además, una de las principales razones por la que los estudiantes acaban optando por un piso compartido en lugar de la residencia es por motivos económicos. El coste mensual

de una habitación puede alcanzar alrededor de 200 euros con gastos incluidos, mientras que la residencia llega a 500 euros.

Como se ha mostrado en los resultados, el turismo de estudios atrae también visitas de familiares y amigos de los participantes al intercambio. Más del 60% de los participantes encuestados han recibido visitas de un familiar o amigo, lo que muestra que este tipo de turismo merece prestarle más atención por la repercusión económica que conlleva la entrada de turistas.

De la misma manera, los estudiantes establecen durante sus estancias una relación cercana con el entorno sociocultural del país anfitrión y también, la satisfacción con el destino favorecerá la repetición del viaje en el futuro, así como la recomendación del destino a otros estudiantes y otros tipos de turistas

La decisión de la creación de una página web viene como una solución para los diferentes problemas encontrados por los encuestados como, por ejemplo, comodidades precarias, ubicación lejanía a la universidad, oferta escasa, comunicación con los propietarios, timos.

Además, la página web ofrece información relevante sobre Cartagena y una breve introducción de los principales objetivos turísticos de Cartagena. Adicionalmente, se ha añadido información de interés para los estudiantes a la hora de llegar a Cartagena.

Finalmente, con base a los resultados obtenidos se puede deducir que la creación de una página web dedicada a los estudiantes internacionales que vienen a Cartagena podría facilitarle la búsqueda del alojamiento y ayudarle a no caer en las trampas de los anuncios engañosos, ya que todos los anuncios que se publican son verificados como reales y además se tienen en cuenta las opiniones de los anteriores estudiantes.

9. Bibliografía

Abril Sellarés, M., Azpelicueta Criado, C., y Sánchez Fernández, M. D. (2015). ¿Vale todo en turismo? Residentes frente a turistas. Estudio comparativo entre el barrio de La Barceloneta, Barcelona y la localidad de Magaluf, Calvià. *Impulso al desarrollo económico a través del Turismo: VIII jornadas de investigación en turismo*, 493-510.

Altbach, P. & Teichler, U. (2001). Internationalisation and exchanges in a globalized university. *Journal of Studies in International Education*, 5(1), 5-25.

Álvarez Martínez, M. A. (2001). *La industria del español como lengua extranjera. El español como lengua extranjera en las universidades españolas* [presentación en congreso]. II Congreso Internacional de la Lengua Española, Valladolid, España.

Babin, B., & Kim, K. (2001). International students' travel behaviour: A model of travel-related consumer /dissatisfaction process. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 10(1), 93-106.

Baloglu, S. & Uysal, M. (1996). Market segments of push and pull motivations: a canonical correlation approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(3), 32-38.

Berdugo, O. (2001). *El español como recurso económico: anatomía de un sector*. [presentación en congreso]. II Congreso Internacional de la Lengua Española, Valladolid, España.

Bochner, S. (2006). Sojourners. En Sam, D. L. & Berry, J. W. (Eds.). *The Cambridge handbook of acculturation psychology*. (pp. 331-348). Cambridge: CUP

Bracht, O., Engel, C., Janson, K., Over, A., Schomburg, A., & Teichler, U. (2006). *The professional value of ERASMUS mobility*. Kassel: International Centre for Higher Education Research, University of Kassel.

Bramwell, (2004). Mass tourism, diversification and sustainability in Southern Europe's coastal regions. *Coastal mass tourism: Diversification and sustainable development in Southern Europe*, 1-31.

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.

Butler, R. (1994). Seasonality in tourism: issues and problems. En: Seaton, A. V. (Ed) *Tourism: the state of the art* (pp. 332-339).

Cantwell, B., Luca, S. G., & Lee, J. J. (2009). Exploring the orientation of international students in Mexico: differences by region of origin. *Higher education*, 57(3), 335-354.

Castaño Blanco, J. M., Moreno Sáez, A., García Dauder, S., & Crego Díaz, A. (2003). Psychosocial approach to tourism motivation: factors involved in the choice of Madrid as a destination. *Estudios Turísticos*, (158), 5-41.

Chauvin, J (2003). Les séjours à objectif pédagogique, c'est aussi du tourisme! *Les Cahiers Espaces*, 77, 119-121.

Chen, L. H. (2007). East-Asian students' choice of Canadian graduate schools. *International Journal of Educational Advancement*, 7(4), 271-306.

Chieffo, L. P. (2001). *Determinants of student participation in study abroad programs at the University of Delaware: A quantitative study* [Tesis doctoral, University of Delaware].

Comisión Europea. (2000). *Pensiones seguras y viables. Informe del Comité de Protección Social sobre la evolución futura de la protección social*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52000DC0622>

Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.

Cubillo, J. M., Sanchez, J., & Cervino, J. (2006). International students' decision making process. *International Journal of Educational Management*, 20(2), 101–115.

Daly, A. (2011). Determinants of participating in Australian university student exchange programmes. *Journal of Research in International Education*, 10(1), 58-70.

Dann, G. M. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184–194.

Dredge, D., & Gyimónthy, S. (2017). *Collaborative Economy and Tourism. Perspectives, Politics, Policies and Prospects*. Springer.

Findlay, A. M., King, R.m Geddes, A., Smith, F., Stam, A., Dunne, M., Skeldon, R., & Ahrens, J. (2010). Motivations and Experiences of UK Students Abroad. *BIS Research paper*, 8.

Gerner, M. E. & Perry, F. (2000). Gender differences in cultural acceptance and career orientation among internationally mobile and non-internationally mobile adolescents. *School Psychology Review*, 29(2), 267-283.

González, C. R., Mesanza, R. B., & Mariel, P. (2011). The determinants of international student mobility flows: An empirical study on the Erasmus programme. *Higher Education*, 62(4), 413–430.

Hattie, D. H. (1997). *Factors Influencing USA Students' Decision to Study Abroad in Australia* [ponencia]. Post-NAFSA Workshop, Oficina de Educación de Australia: British Columbia, Canadá.

Hill, A. P. (2013). Motivation and university experience in first-year university studentes: A self-determinatio theory perspective. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 13, 244-254.

Hollier, R. & González, O. (1998). *Séjours linguistiques et Apprentissage des Langues: Monographie et Recensement*. París: Conseil National du Tourisme.

Hylleberg, S. (1992). *Modelling seasonal*. Oxford University Press

Iglesias, M. (2014). The transformational impacts of the language tourism experience. En Picken, S. D., & Platt, J. (Eds.). *Proceedings from The European Conference on Language Learning*. Brighton: The International Academic Forum.

Ingraham, E. C., & Peterson, D. L. (2004). Assessing the impact of study abroad on student learning at Michigan State University. *Frontiers: The Interdisciplinary Journal of Study Abroad*, 10(1), 83-100.

Instituto Cervantes (2016). *El español: una lengua viva. Informe 2016*. Instituto Cervantes.

Issawi, C. (1978). The 1973 oil crisis and after. *Journal of Post Keynesian Economics*, 1(2), 3-26.

Jamaludin, N. L., Sam, D. L., Sandal, G. M., & Adam, A. A. (2016). Personal values, subjective well-being and destination-loyalty intention of international students. *Springerplus*, 5(1), 720.

Jang, S., & Cai, L. (2002). Travel motivations and destination choice: A study of British outbound market. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 13(3), 111–133.

Kelly, I. & Brown, G. (2004). Developing educational tourism: conceptual considerations and an examination of the implications for South Australia. *CAUTHE 2004: Creating Tourism Knowledge*, 388.

Kember, D., Ho, A., & Hong, C. (2008). The importance of establishing relevance in motivating student learning. *Active learning in higher education*, 9(3), 249-263.

Keogh, J., & Russel-Roberts, E. (2009). Exchange programmes and student mobility: Meeting student's expectations or an expensive holiday?. *Nurse Education Today*, 29(1), 108-116.

Kim, H. J., Chen, M. & Jan, S. (2006). Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan. *Tourism Management*, 27(5), 925-933.

Klenosky, D. B. (2002). The 'pull' of tourism destinations: a means-end investigation. *Journal of Travel Research*, 40(4), 385-395.

Knight, J., & Madden, M. (2010). International mobility of Canadian social sciences and humanities doctoral students. *Canadian Journal of Higher Education*, 40(2), 18-34.

Kondakci (2011). Student mobility reviewed: Attraction and satisfaction of international students in Turkey. *Higher Education*, 62(5), 573.

Laborda, J. G. (2007). Language Travel or Language Tourism: Have Educational Trips Changed So Much?. *Online Submission*.

Lesjak, M., Juvan, E., Ineson, E. M., Yap, M. H., & Axelsson, E. P. (2015). Erasmus student motivation: Why and where to go?. *Higher Education*, 70(5), 845-865.

Liu, J., Sheldon, P. J. & Var, T. (1987). Resident perception of the environmental impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 14(1), 17-37.

Llewellyn-Smith, C. & McCabe, V.S. (2008). What is the attraction for exchange students: The host destination or host university? Empirical evidence from a study of an Australian University. *International Journal of Tourism Research*, 10(6), 593- 607.

Maiworm, F. Steube, W. & Teichler, U. (1993). *ERASMUS Student Mobility Programmes 1989/90 in the View of Their Coordinators. Select Findings for the ICP Coordinators' Reports*. Wissenschaftliches Zentrum für Berufs-und Hochschulforschung der Universität Gesamthochschule Kassel.

Marca España (2013). *Turismo idiomático. La proyección turística de la lengua española*. Disponible en: <http://marcaespana.es/es/economia-empresa/turismo/articulos/255/turismo-idiomatico>

March, R., & Woodside, A. G. (2005). *Tourism behaviour: Travellers' decisions and actions*. Cabi.

Martín, L. G., y Timón, D. B. (2006). Los Centros de Interés Turístico Nacional y el despegue del turismo de masas en España. *Investigaciones geográficas (Esp)*, (39), 73-93.

Martínez, J. A. y Martínez, L. (2008). Determinación de la máxima varianza para el cálculo del Factor de Imprecisión sobre la Escala de Medida (FIEM), y extensión a diferentes tipos de muestreo. *Psicothema*, 20(2), 311-316.

Mazzarol, T. & Soutar, G. (2002). 'Push-pull' factors influencing international student destination choice. *International Journal of Educational Management*, 16(2), 82-90.

Messer, D., & Wolter, S. C. (2007). Are student exchange programs worth it?. *Higher Education*, 54(5), 647-663.

Michael, I., Armsrong, A. & King, B. (2003). The travel behaviour of international students: the relationship between studying abroad and their choice of tourist destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 10(1), 57-66.

Mora, M. T., & Dávila, A. (2006). Hispanic Ethnicity, Gender, and the Change in the LEP-Earnings Penalty in the United States During the 1990s. *Social Science Quarterly*, 87(5), 1295-1318.

Moscardo, G., Morrison, A. M., Pearce, P. L., Lang, C. T., & O'Leary, J. T. (1996). Understanding vacation destination choice through travel motivation and activities. *Journal of Vacation Marketing*, 2(2), 109-122.

World Tourism Organization (2017). *UNWTO Tourism Highlights: 2017 Edition*, UNWTO, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284419029>

Opper, S., Teichler, U. & Carlson, J. (1990). Impacts of Study Abroad Programmes on Students and Graduates. *Higher Education Policy Series 11*, 2. Jessica Kingsley.

Página de Universidad de Murcia (<https://www.umu.es>)

Página de Universidad Católica de San Antonio (<https://www.ucam>)

Página de Universidad Politécnica de Cartagena (<https://www.upct.es>)

Price, I., Matzdorf, F., Smith, L. & Agahi, H. (2002). The impact of facilities on student choice of university.

Pyvis, D. & Chapman, A. (2007). Why university students choose an international education: A case study in Malaysia. *International Journal of Educational Development*, 27(2), 235-246.

Rojek (1989). Leisure and recreation theory. In Jackson, E., & Burton, T. (Eds), *Understanding Leisure and Recreation* (pp. 69–88). Venture Publishing.

Rosselle, D. & Lentiez, A. (1999). *The Erasmus Programme 1987-1995. A Qualitative Review, Looking to the Future*. Lille: Pôle Universitaire Européen.

Richards, G & Wilson, J. (2004). The international student travel market: travelstyle, motivations and activities. *Tourism Review International*, 8(2), 57–67.

Ritchie, B.W., Carr, N. y Cooper, C. P. (2003). *Managing Educational Tourism*. Clevedon: Channel View.

Stone, M. J., & Petrick, J.F. (2013). The educational benefits of travel experiences a literature review. *Journal of Travel Research*, 52(6), 731-744.

Stronkhorst, R. (2005). Learning outcomes of international mobility at two Dutch institutions of higher education. *Journal of Studies in International Education*, 9(4), 292-315.

Rodríguez-Tapia S. y González-Fernández, A. (2016). *Lenguas y Turismo. Estudios en torno al discurso, la didáctica y la divulgación*. Series Linguistic Insights.

Teichler, U. & Steube, W. (1991). The logics of study abroad programs and their impacts. *Higher Education*, 21(3), 325–349.

Teichler, U. (2004). Temporary study abroad: The life of ERASMUS students. *European Journal of education*, 39(4), 395-408.

Tinsley, T. & Board, K. (2014). *Languages for the future. Which languages the UK needs most and why*. British Council.

Townsend, P. & Lee, C. (2004). Research note — cultural adaption: a comparative analysis of tertiary students' international education experience. *Tourism Review International*, 8(2), 143–152.

Tremblay, K. (2005). Academic monthly and immigration. *Journal of Studies in International Education*, 9(3), 196–228.

Turespaña (2008). *Estudios de Productos Turísticos. Turismo Idiomático*. Ed. Egraf S.A.

UPCT (2020). *Informe de Rendición de Cuentas UPCT 2018-19*. Disponible en: https://www.upct.es/saladeprensa/docs/boletines/292IRC_18_05_2020_UPCT_opt.pdf

Vallerand, R. J., Pelletier, L. G., Blais, M. R., Briere, N. M., Senecal, C., & Vallieres, E. F. (1992). The Academic Motivation Scale: A measure of intrinsic, extrinsic, and amotivation in education. *Educational and psychological measurement*, 52(4), 1003-1017.

Van Hoof, H. B., & Verbeeten, M. J. (2005). Wine is for drinking, water is for washing: Student opinions about international exchange programs. *Journal of Studies in International Education*, 9(1), 42-61.

Vossensteyn, J. J., Beerkens, M., Cremonini, L., Besançon, B., Focken, N., Leurs, B., McCoshan, A. Huisman, J., Mozuraityte, N. Souto-Otero, M, & Wit, H. (2010). *Improving the participation in the ERASMUS programme*. Directorate General for Internal Policies of the European Parliament.

Ward, C. (1996). Acculturation. En Landis, D. & Bhagat, R. (Eds.), *Handbook of intercultural training* (pp. 124–147). Sage Publications.

Weaver, D. B. (2003). The contribution of international students to tourism beyond the core educational experience: evidence from Australia. *Tourism Review International*, 7(2), 95–105.

Zalatan, A. (1998). Wives involvement in tourism decision processes. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 890-903.

**EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA**

10. Anexo 1: Encuesta sobre la experiencia de los estudiantes internacionales en la ciudad de Cartagena.

1. Indique el grado de importancia de los siguientes factores a la hora de escoger Cartagena como destino Erasmus o de intercambio. Valora del 1 al 5 siendo, 1 nada y 5 mucho. *

	1 Nada	2 Muy Poco	3 Algo	4 Bastante	5 Mucho
Clima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cercanía de la costa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recursos turísticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicación con el resto de España	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oferta cultural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gastronomía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ocio nocturno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coste económico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Idioma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alojamiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calidad de sus universidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prestigio de las universidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formaciones complementarias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA

2. ¿Cuál ha sido tu principal fuente de información sobre la ciudad de Cartagena? *

- Web Ayuntamiento
- Web Universidad
- Amigos/Conocidos
- Redes sociales
- Blogs (p.ej. Erasmusu.com)
- Otro: _____

3. ¿Cómo has encontrado el alojamiento durante tu estancia? *

- Redes sociales
- Agencias inmobiliarias
- Amigos/Conocidos
- Portales de alquiler
- Otro: _____

4. ¿Qué tipo de alojamiento estabas buscando? *

- Casa compartida
- Piso particular
- Habitación
- Residencia Universitaria

**EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA**

5. Valora del 1 al 5 siendo, 1 muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo, las dificultades a la hora de encontrar el piso. *

	1	2	3	4	5
Localización (p.ej. cerca de la universidad)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oferta escasa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coste del alojamiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Idioma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. ¿Has recibido visitas de familiares o amigos? *

- Sí
- No

7. Si la respuesta anterior ha sido afirmativa, ¿dónde se han alojado los huéspedes?

- En mi casa
- Hotel
- Otro: _____

EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA

8. ¿Cuál es tu opinión del alojamiento de Cartagena en referencia a...? *

	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Excelente
Localización	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oferta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comodidades (internet, calefacción, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Valora del 1 al 5 siendo, 1 muy insatisfecho y 5 muy satisfecho, la satisfacción global con el alojamiento de Cartagena. *

	1	2	3	4	5	
Muy insatisfecho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy satisfecho

10. Valora del 1 al 5 siendo, 1 muy insatisfecho y 5 muy satisfecho, la satisfacción global del intercambio. *

	1	2	3	4	5	
Muy insatisfecho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy satisfecho

EL IMPACTO DEL TURISMO DE ESTUDIOS EN EL ALQUILER DE ALOJAMIENTOS EN
CARTAGENA

11. ¿Recomendarías la ciudad de Cartagena a futuros estudiantes? Valora del 1 al 5 siendo, 1 nada recomendable y 5 totalmente recomendable. *

1 2 3 4 5

Nada recomendable Totalmente recomendable.

Edad *

Tu respuesta

Sexo *

Elige

País de residencia (home country) *

Tu respuesta

Estudios *

Elige