



El turismo idiomático en tiempos de la Covid-19: Los estudiantes Erasmus de la Universidad de Córdoba (España) durante el curso 2020/2021

Daniel Moreno Muñoz¹; Ricardo Manuel Luque Revuelto²

Recibido: 28 de marzo del 2022 / Enviado a evaluar: 13 de abril del 2022 / Aceptado: 24 de enero del 2023

Resumen. El turismo idiomático tiene cada año una mayor popularidad, especialmente entre los jóvenes, gracias a los diversos programas de formación existentes en los distintos niveles de la educación. Esta investigación tiene como objetivo fundamental analizar el comportamiento en materia turística de los estudiantes beneficiarios de una beca Erasmus en la Universidad de Córdoba durante el curso 2020-2021 marcado por la pandemia de la Covid-19. En el estudio han participado 168 sujetos que han respondido al cuestionario elaborado con el fin de recopilar información acerca del fenómeno. La conclusión más relevante es que su radio de acción turística ha sido más limitado por las restricciones de movilidad y han recibido menos visitas de las que podrían esperar en un curso académico desarrollado con normalidad.

Palabras clave: Turismo idiomático; Universidad de Córdoba; estudiantes Erasmus; movilidad internacional estudiantil.

[en] Idiomatic tourism in times of Covid-19: Erasmus students from University of Córdoba (Spain) during the 2020/2021 academic year

Abstract. Idiomatic tourism is becoming more popular every year, especially among young people, thanks to the various training programs available at different levels of education. The main objective of this research is to analyze the behavior in tourism of the students receiving an Erasmus scholarship at the University of Córdoba during the 2020-2021 academic year marked by the Covid-19 pandemic. 168 subjects have participated in the study who have answered the questionnaire prepared in order to collect information about the phenomenon. The most relevant conclusion is that their radius of tourist action has been more limited due to mobility restrictions and they have received fewer visits than they could expect in a normally developed academic year.

Keywords: Idiomatic tourism; University of Córdoba; Erasmus student's; international student mobility.

¹ Departamento de Ciencias Sociales, Filosofía, Geografía y Traducción e Interpretación. Universidad de Córdoba (España).

E-mail: gt2momud@uco.es

² Departamento de Ciencias Sociales, Filosofía, Geografía y Traducción e Interpretación. Universidad de Córdoba (España).

E-mail: chllurer@uco.es

[fr] Tourisme linguistique à l'époque du Covid-19 : Étudiants Erasmus de l'Université de Cordoue (Espagne) pendant l'année universitaire 2020/2021

Résumé. Le tourisme linguistique gagne chaque année en popularité, notamment auprès des jeunes, grâce aux différents programmes de formation qui existent à différents niveaux d'enseignement. L'objectif principal de cette recherche est d'analyser le comportement touristique des étudiants bénéficiaires d'une bourse Erasmus à l'Université de Córdoba au cours de l'année universitaire 2020-2021 marquée par la pandémie de Covid-19. L'étude a impliqué 168 sujets qui ont répondu au questionnaire préparé afin de recueillir des informations sur le phénomène. La conclusion la plus pertinente est que leur rayon d'action touristique a été plus limité en raison des restrictions de mobilité et qu'ils ont reçu moins de visites que ce à quoi ils pourraient s'attendre au cours d'une année universitaire normalement développée.

Mots Clés: Cadastre; Institut National de la Géographie et de l'Informatique Statistiques ; Direction Générale du Cadastre; données ouvertes.

Cómo citar. Moreno Muñoz, D. y Luque Revuelto, R.M. (2022): El turismo idiomático en tiempos de la Covid-19: Los estudiantes Erasmus de la Universidad de Córdoba (España) durante el curso 2020/2021. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 43(1), 133-156.

Sumario. 1. Introducción. 2. Marco teórico. 3. Consideraciones acerca del Programa Erasmus (PE). 4. Metodología. 5. Resultados. 5.1. Perfil sociodemográfico. 5.2. Motivaciones para la movilidad académica y elección del destino. 5.3. Características del turismo realizado. 5.4. Visitas de familiares y amigos. 5.5 Recomendación y satisfacción. 6. Discusión. 7. Conclusiones. 8. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

En las últimas décadas se ha producido un importante crecimiento en la movilidad de los estudiantes a todas las escalas, especialmente en la universitaria. Estos incrementos se deben a varios factores: económicos (reducción del coste de los vuelos internacionales), tecnológicos (desarrollo de internet y redes sociales) y culturales (empleo del inglés como lengua de enseñanza común) (Beine et al., 2014). No obstante, quizás la variable más decisiva para entender este fenómeno es la existencia de numerosas becas, programas de intercambio y convenios (Pawlowska y Martínez, 2009) que incentivan de forma sustancial la movilidad del alumnado, ya que cubren en gran medida los costes del curso académico. Por ello, algunos estudios apuntan a que esta tendencia seguirá en aumento gracias a la globalización, la internacionalización o la competitividad, fenómenos clave en el perfeccionamiento de las competencias comunicativas e idiomáticas de los estudiantes (Iglesias, 2018). Además, por norma general, la participación en programas de estas características es muy valorada a la hora de buscar un empleo (Pimentel y Huisman, 2013).

Varias investigaciones constatan que cada vez son más los estudiantes que están dispuestos a salir de su país de origen con el fin de continuar con sus estudios en el extranjero (Glover, 2011; Rodríguez et al., 2012; Sova, 2017). Este hecho conlleva que el sector de la educación tenga un creciente reconocimiento desde el punto de vista socioeconómico (Taboada de Zuñiga, 2015). El turismo y los viajes juegan un papel decisivo en la experiencia del alumnado internacional, por lo que ambos

sectores pueden beneficiarse trabajando de forma conjunta con el fin de contribuir a las economías locales (Davidson et al., 2010), ya que suelen venir familiares y amigos a visitar a los estudiantes mientras cursan sus estudios (Cairns, 2017) y es probable que difundan noticias de su experiencia turística a otras personas y regresen en futuras visitas (Martínez-Roget y Pawlowska, 2009). Es decir, el denominado turismo idiomático gana popularidad cada año (Martínez et al., 2013; De Castro et al., 2018; Tomasi et al., 2020) y existe un potencial para que la industria turística se vincule a los intereses de las universidades y su alumnado (Cerdeira, 2014). Además, conviene mencionar que según Pardo (2011), las repercusiones más importantes se registran en las principales ciudades del país receptor y espacios urbanos de carácter patrimonial, debido a los atractivos culturales existentes, así como en las zonas de costeras por el disfrute de las playas y las condiciones climáticas.

La pandemia de la Covid-19 ha hecho que la industria turística, por su necesidad inherente de alimentar flujos de movilidad humana, constatare la gravedad con la que quedaban afectados sus intereses (Mantecón, 2020), si bien no ha impedido el desarrollo del Programa Erasmus (en adelante PE), uno de los más conocidos a nivel internacional. Según la Comisión Europea (2021), el Programa ha demostrado su resistencia, sabiendo adaptar sus acciones y apoyando a las partes interesadas con el fin de que sigan participando. No obstante, las cifras de movilidad fueron sustancialmente menores en el curso 2020-2021 debido a la situación de emergencia sanitaria, el miedo a salir del país de origen ante posibles confinamientos o el hecho de estar alejado de familiares en caso de contraer el virus. Este hecho, como es lógico, tiene repercusión en las economías locales, ya que como se ha mencionado los estudiantes Erasmus (en adelante EE) son un importante factor de desarrollo socioeconómico para la ciudad de recepción, especialmente en las patrimoniales (Pardo, 2011), y en menor medida de otros lugares, ya que son personas que suelen realizar viajes con el fin de conocer el país al que se desplazan e incluso salen al extranjero motivados por las conexiones aéreas de aeropuertos cercanos.

Por tanto, en una situación de emergencia sanitaria donde la movilidad se ha visto reducida, los estudiantes beneficiarios del PE cuentan con menores oportunidades para realizar actividades turísticas. En este sentido, parece oportuno plantearse un estudio cuyo objetivo fundamental sea conocer el comportamiento turístico de los EE llegados a la Universidad de Córdoba (en adelante UCO) en el marco pandémico de la Covid-19.

2. Marco teórico

Según Soriano (2001), la motivación para aprender es un proceso interno que fuerza al individuo a realizar acciones que satisfagan sus necesidades. Es decir, está orientada a conseguir unos objetivos. Algunos autores afirman que los estudiantes están motivados para estudiar fuera de su lugar de residencia, especialmente en el extranjero, por el desarrollo de habilidades personales y profesionales, nuevas oportunidades, el ocio, la relajación y otros beneficios (Stone y Petrick, 2013; De

Castro et al., 2018). De acuerdo con Fraiz (2017), para que tengan lugar viajes por motivaciones de estudio, deberá haber tanto atractivos lingüísticos, donde se relacione una actividad ligada con el aprendizaje de un segundo idioma, como académicos, esto es, universidades o centros de investigación, y turísticos, como visitas culturales. En este sentido, estas experiencias, según Duffy et al., (2003) mejoran tanto el crecimiento personal y profesional del alumnado. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que puede existir un sesgo lingüístico, lo que significa que los estudiantes con un nivel superior en una lengua extranjera son más propensos a realizar la movilidad internacional (Álamo-Vera et al., 2020).

Desde hace varias décadas se intenta definir un concepto acorde a la actividad turística relacionada con los idiomas. Sin embargo, existen diversas acepciones como turismo académico, idiomático, lingüístico o turilingüismo (Barra-Hernández y Navalón-García, 2021), lo que dificulta su acotación. La Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (UNWTO) considera turistas al alumnado que se desplaza fuera de su lugar de residencia para cursar estudios, ya que según su definición el turismo comprende “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos”. Por ello, el citado organismo recomendó en 2010 que para las estadísticas de turismo los estudiantes sean considerados en la categoría de visitantes.

En lo que respecta al turismo académico, Malta y Carneiro (2005) consideran que la movilidad e intercambio estudiantil, los viajes escolares, los cursos de idiomas en el extranjero o los congresos científicos pueden considerarse productos del turismo académico, mientras que Williams (2010), afirma que es la actividad turística llevada a cabo por aquellos que pernoctan en el destino, o forman parte de excursiones, para los cuales la enseñanza y el aprendizaje representan la parte primaria o secundaria del viaje. Por su parte, Martínez-Roget, Pawlowska y Rodríguez (2013) definen esta modalidad como las estancias de duración inferior a un año, realizadas en los centros de educación superior fuera del país de residencia habitual (incluye estudios de Grado y cursos de idiomas). Es decir, englobaría solamente a personas mayores de edad y en el extranjero. Sin embargo, Arcodia et al., (2020) mencionan que puede tener un carácter nacional o internacional, en función de si el estudiante se desplaza hacia otro lugar dentro de su mismo país o si viaja fuera de su nación.

El turismo idiomático fue definido por primera vez por Cohen y Cooper (1986, p.539) como una “forma de turismo educativo con la motivación primordial de aprender un idioma, incluyendo la asistencia a cursos específicos de la lengua objetivo y la familiarización con las diferentes manifestaciones culturales existentes en la sociedad visitada”. De acuerdo con Montaner (2001), engloba un conjunto de actividades desarrolladas para facilitar conocimientos al turista, y ampliar su cultura desde la perspectiva del tiempo libre y de la civilización del ocio. Por su parte, TURESPAÑA (2008, p.74) lo define como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con el fin de hacer una inmersión lingüística en un idioma distinto al de su entorno natural”. Recientemente, Barra-

Hernández y Navalón-García (2021, p.160) lo han conceptualizado como “las actividades que realiza una persona que se desplaza fuera de las fronteras de su país, en un periodo de una duración superior a seis días e inferior a un año, con el objetivo prioritario de asistir a cursos de idiomas en el país de destino”.

Interesa advertir que según algunos autores como Taboada de Zuñiga (2010) y Campón y Hernández (2011), se trata de un segmento del cultural, ya que las motivaciones de estos turistas se orientan, no solo al aprendizaje del idioma, sino hacia la diversidad cultural del destino. Por ello, este tipo de turismo ha sido descrito como recorridos comerciales organizados que ofrecen una experiencia de aprendizaje estructurada como componente clave de la experiencia turística (Pitman et al., 2011). Además, para Rodríguez et al., (2012) esta modalidad turística se distingue con un carácter prolongado de la estancia en el destino con diferentes tipos de alojamiento (mayoritariamente pisos compartidos) y con un mayor consumo de bienes y servicios. Es decir, se trata de un interesante complemento al turismo convencional.

Los conceptos de turismo lingüístico y turilingüismo no son empleados con frecuencia en las pesquisas. Para el primero destaca la definición de Baralo (2007, p.34), quien lo define como “los viajes que se realizan al extranjero para poner en práctica actividades relacionadas con el aprendizaje de una lengua”. Por su parte el turilingüismo es acotado como el campo que desarrolla la relación entre el estudio de una lengua y su potencial económico para atraer turismo (Opla, 2008).

El estudio del turismo idiomático ha cogido fuerza en los últimos años (Barra-Hernández y Navalón-García, 2021). En el contexto europeo destacan las contribuciones relacionadas con el PE (Papatsiba, 2005; González et al., 2011; Pimentel y Huisman, 2013). Se han realizado pesquisas sobre diferentes variables y marcos territoriales como el papel que juega el destino a la hora de su elección (García-Rodríguez y Mendoza, 2015) o el de las universidades (Carneiro et al., 2005), la percepción que los estudiantes tienen acerca de los servicios de transporte en el lugar de destino (Miranda et al., 2021; Moraes et al., 2021), la sostenibilidad de este tipo de turismo (Rodríguez et al., 2013), el impacto que causa a las economías locales la llegada de los EE (Bracht et al., 2006; Martínez y Pawlowska, 2009; Martínez et al., 2013; Tomasi et al., 2020) y las motivaciones para pedir la beca Erasmus (González et al., 2011; Pimentel y Huisman, 2013; Lesjak et al., 2015; De Castro et al., 2018; Clemente-Ricolfi y García-Pinto, 2019; Tomasi et al., 2020) entre las que destaca el turismo.

Jongbloed y Vossensteyn (2016), perciben el turismo Erasmus como una pérdida de tiempo y recursos, porque los estudiantes eligen estudiar en el extranjero basándose en lo que pueden ver y visitar y no en lo que pueden aprender. No obstante, este programa no se trata solo de estudios, también les ayuda a desarrollar relaciones interculturales y enriquecerse al comunicarse mejor (Krzakewska, 2015). Según Machado y Matos (2016) existen tres grupos diferenciados: el estudiante viajero sociocultural, cuyo objetivo es la interacción y la amistad con los lugareños; el emprendedor, que quiere avanzar en su carrera y se adapta rápidamente a la comunidad de acogida; y el sinérgico, cuyo objetivo es desarrollar actividades de turismo cultural.

Por otro lado, Souto-Otero et al., (2013) afirman que los estudiantes priorizan los motivos de forma diferente, en función de su situación socioeconómica, su cultura y las oportunidades en materia educativa. No obstante, el hecho de poder viajar durante su estancia en un país extranjero se ha consolidado como una de las principales motivaciones de los EE (De Castro et al., 2018), ya que tal como afirman Juvan y Lesjak (2011) el ser beneficiario de este tipo de beca puede traducirse en un sentimiento de vacaciones pagadas, si bien Vossensteyn et al., (2010), consideran que en función de la nación de destino la cuantía de la beca puede ser baja, dados los altos niveles de vida de algunos Estados participantes en el programa, minimizando la posibilidad de efectuar turismo. Así, Souto-Otero (2008), aborda un análisis en el que indaga en el contexto socioeconómico de los EE, resaltando que el gasto medio es de 699€ mensuales. Es decir, bastante superior al ingreso mensual máximo de una beca (300€), si bien existen organismos que dan algún complemento, por lo que sería algo mayor en caso de obtenerlo. Por ello, Dolga et al., (2014) consideran que el PE tiene una influencia abrumadora sobre la trayectoria académica, revelando dos categorías de EE: por un lado, los que orientan esta experiencia a su carrera que proceden de familia con bajos ingresos, y buscan mejorar su nivel de vida y adquirir nuevos conocimientos y aprender una lengua extranjera; y, por otro lado, los que tienen la necesidad de ser independientes y conocer nuevas culturas y personas.

3. Consideraciones acerca del Programa Erasmus (PE)

La Unión Europea (UE) ha desarrollado varios programas de movilidad con el fin de que los estudiantes cuenten con numerosas oportunidades para intercambiar experiencias culturales, profesionales y personales dentro de sus límites. Existen varios tipos de becas para la movilidad como Grundtvig, Leonardo da Vinci, Ceepus o Comenius. Sin embargo, el PE, surgido en 1987, es en palabras de diversos investigadores el más destacado, ya que se ha convertido en una parte básica de la educación superior de muchos países de Europa, siendo un ejemplo práctico de cooperación transfronteriza e intercultural (Cairns, 2017) y una oportunidad para establecer una identidad europea unificada (Van Mol, 2013).

Según el acuerdo alcanzado en el momento de su creación el PE tiene varios objetivos fundamentales:

- Conseguir un importante aumento del número de estudiantes de universidad que cursen estudios integrados en otro Estado miembro, de forma que la Comunidad pueda disponer de personal con una experiencia directa de la vida económica y social de otros Estados miembros, sin dejar de garantizar la igualdad de oportunidades entre los estudiantes de uno y otro sexo que se beneficien de esta movilidad.
- Promover una amplia e intensa cooperación entre las universidades de todos los Estados miembros.
- Movilizar todo el potencial intelectual de las universidades de la Comunidad mediante una mayor movilidad del personal docente, que permita mejorar, de esta

forma, la calidad de la enseñanza y de la formación dispensada por las universidades para garantizar la competitividad de la Comunidad en el mercado mundial.

- Reforzar las relaciones entre los ciudadanos de los diferentes Estados para consolidar el concepto de una Europa de los Ciudadanos.
- Disponer de titulados que tengan una experiencia directa de cooperación intracomunitaria y crear, de esta forma, una base a partir de la cual pueda desarrollarse, a nivel comunitario, una cooperación intensa en materia económica y social.

En la actualidad, todos los países que integran la UE son miembros del PE: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, República Checa, Rumanía y Suecia, así como terceras naciones (Islandia, Liechtenstein, Noruega, Turquía y Suiza), con acuerdos con la UE. En este sentido, se estima que actualmente, sin contar la situación de emergencia sanitaria, en torno a 300.000 estudiantes son beneficiarios de una beca Erasmus durante cada curso lectivo, siendo la duración de las mismas variables entre un cuatrimestre o semestre o el curso completo.

Este programa es uno de los más populares e importantes en el campo de la educación y la formación (Ajanović et al., 2016), incidiendo de forma muy positiva en las políticas de educación superior de los países participantes (Rivza y Teichler, 2007). Según algunos autores (Keogh y Russel-Roberts, 2009; Findlay et al. 2010; Daly, 2011; González et al., 2011; Durovic y Lovrentjev, 2015), tiene una serie de beneficios el alumnado:

- Aprender una lengua extranjera.
- Experimentar y apreciar diferentes culturas.
- Aumentar su confianza en sí mismo.
- Conseguir nuevos horizontes.
- Crecer como personas.
- Aprender habilidades académicas y profesionales.
- Experimentar la aventura.
- Disfrutar de la experiencia.
- Viajar como parte de la motivación de realizar el intercambio.

En este sentido, y desde su creación en 1987, el número de estudiantes beneficiarios del PE ha ido aumentando cada año, si bien, como se ha mencionado en la introducción, dada la situación de emergencia sanitaria se ha reducido el número de alumnos que participan en el mismo, algo que en principio debería ser coyuntural. Según el Informe de la Comisión Europea de 2020, en torno a 320.000 estudiantes se beneficiaron del Programa, una cifra muy superior a la de hace 10 años, cuando en el curso 2010-2011 fueron unos 200.000. Otros datos que revelan el fuerte crecimiento es que entre 1987 y 2013 el total acumulado de beneficiarios fue de 7,1 millones, mientras que desde 2014 hasta la actualidad ha crecido a 11,7 millones.

4. Metodología

Como cada investigación, la metodología llevada a cabo engloba varias fases. La primera de ellas es la revisión bibliográfica, consultando diversas bases de datos. Este hecho permitió un mayor conocimiento del tema investigado y definir las técnicas metodológicas llevadas a cabo. Tras ello, se elaboró un cuestionario *ad hoc*, en base al método propuesto por De Castro et al., (2018) con el fin de constatar el comportamiento en materia turística de los estudiantes llegados a la UCO a través del PE.

El cuestionario se divide en varias secciones:

- Perfil sociodemográfico de la muestra: en ella se realizan diversas preguntas abiertas: sexo, edad, nacionalidad y duración de la estancia en la UCO.
- Motivaciones de movilidad académica y elección de destino: en este apartado se efectúan dos preguntas multirresposta, una sobre los motivos que los han llevado a participar en el PE y otra sobre la elección del destino (escala Likert de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante).
- Características del turismo realizado: en esta sección se realizan varias preguntas. La primera de ellas, una de elección múltiple sobre la tipología de turismo consumido (cultural-religioso, sol y playa, LGBT, urbano, balnearios, rural y gastronómico); la segunda trata de conocer la actividad turística de los encuestados en Córdoba. Para ello se tomó como referencia las diversas categorías existentes en la página web oficial de turismo de la ciudad (monumentos, museos, patios, iglesias fernandinas, conventos y molinos hidráulicos), dando como opción de respuesta todos aquellos lugares que aparecen en el citado portal de internet en cada una de las categorías; la tercera sobre los lugares visitados en Andalucía, siendo multirresposta entre todas las capitales de provincia andaluzas y abierta en el apartado “otros”; la cuarta, de respuesta abierta, hace referencia a las ciudades españolas visitadas; la quinta consta de varios apartados: tres preguntas de respuesta dicótoma (sí o no) sobre si viajó al extranjero durante su estancia en Córdoba, si retornó durante un corto periodo de tiempo a su país de origen y para los que no viajaron si hubiesen salido a otro país de no ser por la situación de emergencia sanitaria, y otra cuestión abierta sobre los países visitados; la sexta es multirresposta sobre la compañía en los viajes (solo, con EE o españoles); y la séptima acerca del tipo de alojamiento consumido en los viajes fuera de Córdoba, siendo de respuesta múltiple (hotel, pensión, apartahotel, AIRBNB, albergues y pisos de amigos).
- Visita de familiares y amigos: una pregunta dicótoma (sí o no) sobre si recibieron a familiares o amigos durante el curso académico y tres preguntas multirresposta (alojamiento de los visitantes, lugares turísticos visitados en Córdoba y otras ciudades visitadas).
- Recomendación y grado de satisfacción: este apartado se aborda en base a una pregunta dicótoma (sí o no) la recomendación de Córdoba y las capitales de provincia andaluzas como destinos turísticos y el grado de satisfacción sobre cada una de ellas con una cuestión multirresposta (escala Likert de 1 a 5, siendo 1 nada satisfecho y 5

muy satisfecho). Además, se cuestionó de forma abierta sobre qué ciudades españolas de las visitadas recomendarían para hacer turismo y el grado de satisfacción sobre ellas en base a una escala Likert con los mismos parámetros que los empleados en la pregunta anterior.

La muestra de la investigación la conforman aquellas personas que cursaron sus estudios en la UCO durante el curso académico 2020/2021 llegadas de países europeos siendo beneficiarias de una beca en el marco del PE. Según datos de la Oficina de Relaciones Internacionales de la UCO durante ese año lectivo fueron un total de 389 estudiantes. A todos ellos se les envió el cuestionario mediante correo electrónico y se obtuvieron un total de 179 respuestas, de las que se dieron por válidas 168.

Una vez realizadas las encuestas se procedió a la tabulación de las mismas y al análisis de los resultados obtenidos mediante el empleo de dos programas informáticos IBM-SPSS v26 y Microsoft Excel. Finalmente, se efectuó la redacción del estudio.

5. Resultados

5.1. Perfil sociodemográfico

A grandes rasgos el perfil sociodemográfico de los EE de la UCO encuestados responde a las siguientes características:

- Predominio del sexo femenino (69,64%) sobre el masculino (30,36%).
- Más de tres cuartas partes de los encuestados tienen entre 20 y 24 años (77,98%), mientras que las edades comprendidas entre los 25 y los 29 años (11,90%) y los estudiantes a partir de 30 años (7,74%) presentan una significación bastante inferior.
- El cuestionario ha sido respondido por estudiantes de 11 nacionalidades diferentes, donde destacan los franceses (36,31%) y los italianos (27,38%).
- La duración de la estancia fue de todo el curso para el 63,69% de los encuestados, mientras que el 36,31% cursó un cuatrimestre en la UCO.

5.2. Motivaciones para la movilidad académica y elección del destino

Tal y como afirman algunos autores (Krzaklewska, 2008; Rindoks, 2010; Lesjak et al., 2015), una de las cuestiones interesantes a la hora de investigar el turismo académico es conocer las motivaciones de los encuestados para realizar la movilidad académica y la elección del lugar de destino.

Los cuestionarios revelan que las principales motivaciones de los EE de la UCO son en gran medida la oportunidad de vivir y viajar al extranjero (4,82 y 4,81 respectivamente), las nuevas experiencias (4,75) y aprender o mejorar el castellano

(4,6). A estos motivos les seguiría el contacto con una nueva cultura (3,93), hecho que tiene una estrecha relación con experimentar vivencias. La mejora de las capacidades personales tiene una importancia media (3,07), mientras que los motivos relacionados con el ámbito puramente académico (valorización curricular, interés en nuevos programas académicos y mejora de notas) tienen muy poca importancia para los encuestados (Tabla 1).

Tabla 1. Motivaciones principales de los EE de la UCO para pedir la beca Erasmus

Afirmaciones	Media
Contacto con una nueva cultura	3,93
Mejora de las capacidades personales	3,07
Interés en nuevos programas académicos	1,75
Aprender o mejorar el castellano	4,6
Oportunidad de viajar al extranjero	4,82
Nuevas experiencias	4,75
Oportunidad de vivir en el extranjero	4,81
Valorización curricular	1,8
Mejora de notas	1,45

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, el principal motivo de elección de la UCO como destino por parte de los encuestados es la recomendación de amigos (4,14), mientras que la recomendación de profesores (2,77) y el prestigio de la universidad (2,23) ha sido poco importante. Por último, el hecho de que la UCO sea la única institución española con convenio con el centro de origen apenas tiene significación, ya que tan solo 4 encuestados han afirmado que así haya sido. Es decir, la inmensa mayoría podía haber elegido otros destinos en España.

5.3. Características del turismo realizado

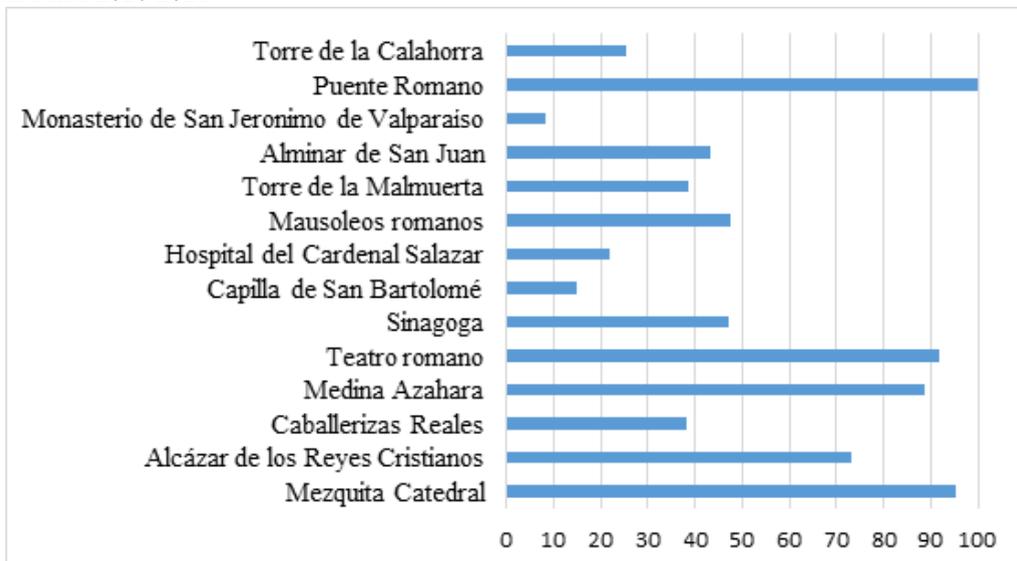
En primer lugar, conviene abordar cuál ha sido la tipología turística consumida por los encuestados a lo largo de su estancia en la UCO. La modalidad más practicada ha sido la cultural-religiosa (91,07%), seguida del turismo urbano (85%) y el de sol y playa (79,76%). Por su parte el turismo rural ha sido realizado por algo más de la mitad de los EE de la UCO (55,95%), mientras que el LGBT (22,62%), el de balnearios (20,24%) y el gastronómico (19,05%).

En este sentido, llama la atención las pocas respuestas obtenidas acerca de la última tipología mencionada, ya que según Wang (2015) y De Albuquerque et al., (2019) el mero hecho de consumir un alimento típico del lugar puede considerarse turismo gastronómico. Además, es preciso resaltar que casi el 80% han practicado el

turismo de sol y playa, ya que Córdoba se encuentra alejada de los lugares costeros. La explicación de este fenómeno puede deberse a las condiciones climáticas existentes en la costa y al hecho de que buena parte de los encuestados procedan de lugares de interior.

Durante su estancia en Córdoba aprovecharon para visitar los principales recursos turísticos existentes en la ciudad. Dentro de la categoría de monumentos, sobresale el Puente Romano, que fue visitado por todos los encuestados, la Mezquita Catedral (95,24% de los encuestados), el Teatro Romano (91,67%) y Medina Azahara (88,69%). A estos le sigue en importancia el Alcázar de los Reyes Cristianos (73,21%). Por otro lado, el resto de monumentos de Córdoba fue visitado por menos de la mitad de los EE de la UCO (Figura 1).

Figura 1. Porcentaje de EE de la UCO que han visitado los monumentos de Córdoba durante el curso 2020/2021



Fuente: Elaboración propia.

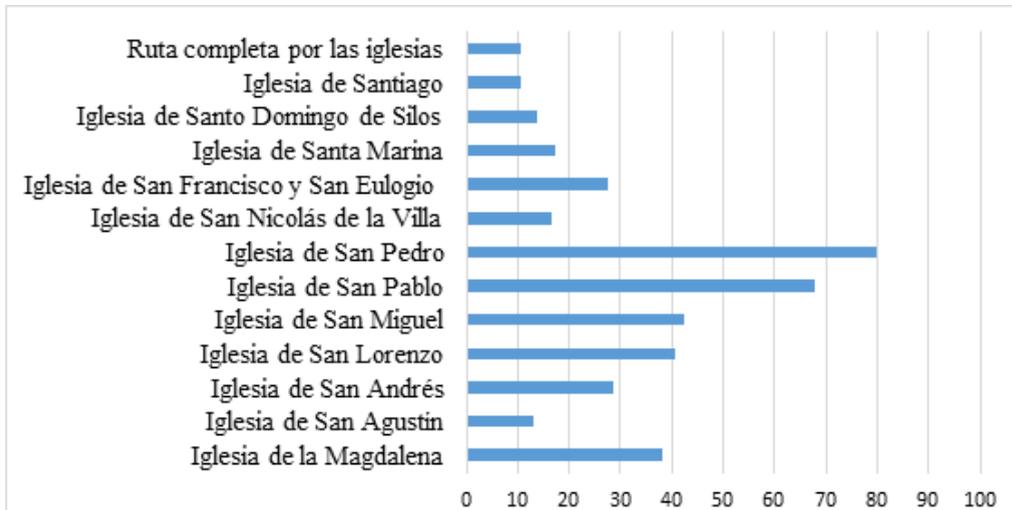
Los museos de la ciudad no han sido muy frecuentados. Tan solo tres de ellos ha sido visitado por más de la mitad de los encuestados: el Museo Arqueológico (67,86%), el Centro de Interpretación de los Patios de Córdoba (58,33%) y el Museo Julio Romero de Torres (55,36%). El resto de los espacios museísticos apenas han recibido la visita de los encuestados, ya que ninguno llega al 30% y varios de ellos como la Casa Andalusí o el Centro de Arte Rafael Botí ni siquiera han sido señalados.

Por otro lado, la gran mayoría afirma haber visitado alguno de los patios existentes en la ciudad (88,10%), mientras que el Palacio de Viana fue visto por el 69,05%.

Las iglesias fernandinas son otro reclamo turístico de la ciudad. En este sentido, tan solo el 10,71% menciona haber realizado la ruta completa por todas las iglesias.

Las de San Pedro (79,76%) y de San Pablo (67,86%) fueron las más visitadas, mientras que el resto no fueron muy frecuentadas, ya que tan solo San Miguel y San Lorenzo superan el 40% (Figura 2).

Figura 2. Porcentaje de EE de la UCO que han visitado las iglesias fernandinas durante el curso 2020/2021



Fuente: Elaboración propia.

Por su parte, los conventos han recibido escasas visitas. Tan solo el de los Padres de Gracia fue visitado por algo más del 20% del total, mientras que el resto prácticamente no fueron señalados en las encuestas, quedando varios de ellos (Iglesia Conventual de Santo Ángel y los conventos de Jesús Crucificado, del Cister, de Santa Ana y del Corpus Christi) sin ser vistos por los EE de la UCO.

Por último, en la categoría de molinos hidráulicos resalta la visita al de la Albolafia (91,07%) y a los Sotos de la Albolafia (67,86%). Por su parte, los molinos de San Antonio y de la Alegría prácticamente no han sido mencionados, ya que tan solo fueron a verlos el 13,69 y el 7,14% respectivamente de los encuestados.

Los encuestados también realizaron turismo por las distintas ciudades andaluzas. Existen contrastes bastante significativos entre las capitales de provincia. Granada y Sevilla sobresalen con diferencia, ya que el 94,64 y el 91,07% de los EE de la UCO viajó hacia ellas. A estas ciudades le siguió de cerca Málaga (83,33%). El resto de urbes tienen un porcentaje de visitas turísticas bastante inferior a las mencionadas en líneas anteriores. Así, se evidencia que Jaén (16,67%), Cádiz (12,5%), Huelva (10,12%) y Almería (8,93%) fueron las que resultaron menos atractivas, ya que ninguna de ellas fue visitada por más de 30 alumnos.

Por otro lado, durante su estancia, y a pesar de que durante diversos periodos de tiempo existían restricciones de movilidad derivada de la situación sanitaria, efectuaron viajes por el territorio español. Las dos ciudades más importantes del país,

Madrid y Barcelona, fueron las más visitadas, ya que casi tres cuartas partes de los EE de la UCO (73,81% y 70,25% respectivamente) se desplazaron a ellas. Además, también han realizado turismo en Valencia (40,48%), Toledo (36,31%), Cáceres (26,79%) y Segovia (19,05%), mientras que el apartado de otras ciudades fue marcado por el 14,29% de los encuestados, revelando urbes como Valladolid, Oviedo o Santa Cruz de Tenerife.

Los viajes al extranjero son una de las actividades más realizadas por los EE durante su estancia en otra universidad (Amaro et al., 2019; Lesjak et al., 2020). Sin embargo, en el marco de emergencia sanitaria por la covid-19, la movilidad exterior fue muy reducida. Tan solo el 15,48% afirma haber viajado fuera de España durante su estancia en la UCO. Con amplia diferencia Portugal fue el país más visitado por el alumnado que salió al extranjero (76,92%), seguido de Andorra (38,46%). Es decir, dos naciones fronterizas con España, y la primera de ellas cercana a Córdoba. El resto de Estados mencionados presenta unos porcentajes bastante bajos: Alemania (23,08%) Marruecos y Francia (19,23%), Reino Unido (15,38%) y Malta (7,69%). Asimismo, es oportuno mencionar que el 88,9% retornó a su lugar de origen durante su periodo de sus estudios en la UCO y que el 85,12% se habría desplazado a otros países desde Córdoba de no ser por la pandemia.

La compañía en los viajes también fue abordada en el cuestionario. El 94,4% revela haber viajado con otros EE, el 27,38% con compañeros españoles y el 13,69% ha efectuado algún desplazamiento solo.

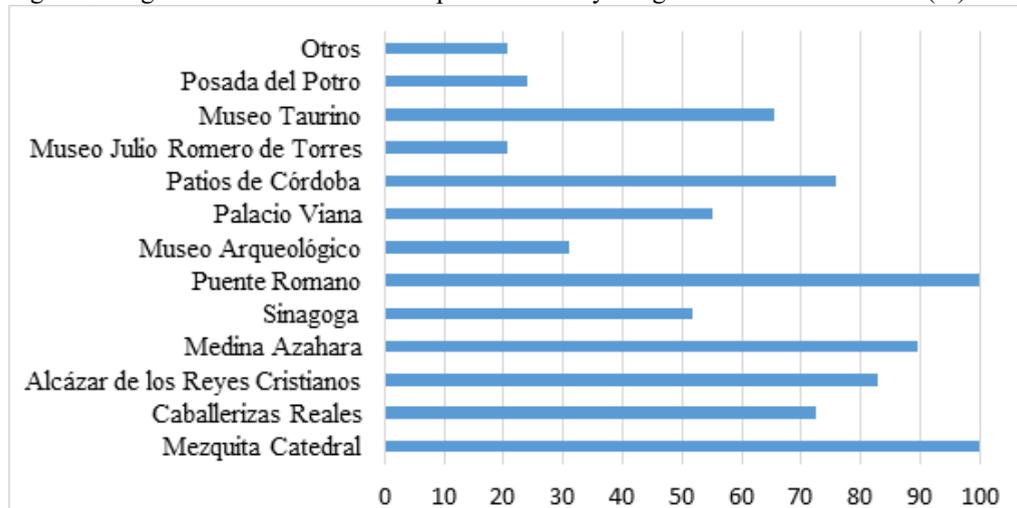
Finalmente, es preciso conocer dónde se alojó el alumnado Erasmus de la UCO al realizar viajes fuera de Córdoba. Las tipologías de alojamiento más consumidas por los encuestados fueron las pensiones (85,12%), los pisos de amigos (80,36%) los apartahoteles (73,21%) y los albergues (67,86%). Mientras que los hoteles (46,43%) y los pisos AIRBNB (45,24%) presentan valores inferiores, quizás derivado de su mayor precio.

5.4. Visitas de familiares y amigos

A nivel turístico, uno de los aspectos que inciden en el territorio donde realizan los estudios el alumnado beneficiario de una beca erasmus es la visita de familiares y amigos (Gardiner et al., 2013; Cerdeira, 2014; García-Rodríguez y Mendoza 2015). En este sentido, tan solo 29 encuestados recibieron visitas durante su estancia en Córdoba. Este hecho, como es lógico, lo achacan a la dificultad de movilidad existente derivado de la situación de pandemia, así como al miedo a viajar por la posibilidad de contraer la covid-19 en el extranjero y tener que confinarse en él con los problemas derivados de alargar la estancia y buscar nuevas fórmulas para poder regresar al lugar de origen. Así, afirman que los visitantes se alojaron principalmente en hoteles (41,38%) y en pisos de AIRBNB (34,48%), ya que son las opciones que más garantías les daban en materia de prevención de la covid-19, y en menor medida en la propia residencia del estudiante (13,79%) y en apartahoteles (10,34%). Por su parte, los albergues y las pensiones no han sido mencionados.

La llegada de familiares y amigos se traduce en la realización de actividades turísticas en el lugar de destino. En este sentido, la Mezquita Catedral y el Puente Romano han sido frecuentados por todas las personas que han llegado a Córdoba a ver a sus allegados. Le siguen en importancia Medina Azahara (89,66%), el Alcázar de los Reyes Cristianos (82,76%), los patios de Córdoba (75,86%), las Caballerizas Reales (72,41%) y el Museo Taurino (65,52%) (Figura 3). Es decir, de estos datos se extrae que los EE de la UCO llevaron durante el curso 2020-2021 a sus familiares y amigos a conocer los principales recursos turísticos de la ciudad. No obstante, llama la atención la escasez de museos visitados (solo destaca el citado Museo Taurino) y que no se evidencien alusiones en las encuestas a ninguna de las iglesias fernandinas existentes, ya que son visibles paseando por la ciudad, si bien posiblemente no entraron a su interior, así como a los molinos hidráulicos.

Figura 3. Lugares visitados de Córdoba por familiares y amigos de los EE de la UCO (%)



Fuente: Elaboración propia.

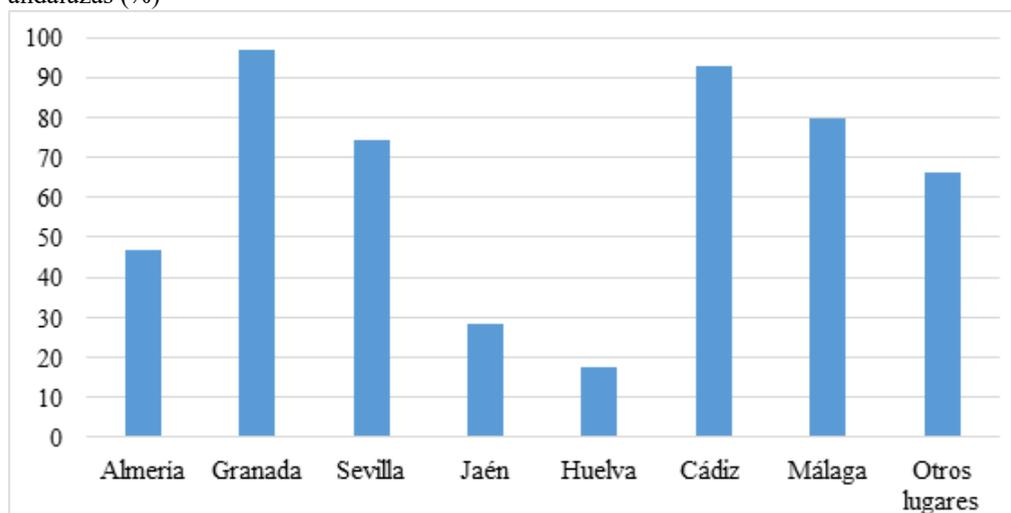
Por otro lado, la mayoría de los estudiantes que recibieron visitas (62,07%) afirman haberse desplazado junto a ellos hacia otras ciudades diferentes a la de Córdoba. Si bien, debido a la falta de tiempo y a la situación de pandemia, se reducen a otros lugares de Andalucía. Sevilla fue la más visitada (61,11% de los allegados) seguida de Granada (44,44%) y Málaga (38,39%). Es decir, el ámbito geográfico del turismo queda limitado a urbes relativamente cercanas y con buenas comunicaciones desde Córdoba y con importantes reclamos turísticos como la Alhambra y el Generalife en Granada, la Catedral y los Reales Alcázares en Sevilla o la Catedral y el Museo Picasso en Málaga.

5.5 Recomendación y satisfacción

La gran mayoría de los encuestados (83,93%) recomendaría Córdoba como destino turístico, mostrando una alta satisfacción con el turismo en ella (4,12). Además, el 73,48% afirman que volverán a visitar tanto la ciudad como España en un futuro no muy lejano.

Las principales ciudades andaluzas visitadas por los EE de la UCO presentan diferente grado de recomendación (Figura 4). Destacan dos lugares por encima del resto, Granada y Cádiz, que serían recomendadas por el 96,85 y el 92,86% de los encuestados respectivamente derivado de los bajos precios de ambas en cuestiones gastronómicas y la oferta cultural existente, especialmente en Granada, y cuyo grado de satisfacción también es alto (4,73 y 4,48 respectivamente). Le siguen en importancia, y con valores más o menos similares, Málaga (79,72%) y Sevilla (74,51%), de las que resaltan el patrimonio existente y la posibilidad de llegar a ellas desde el extranjero fruto de los aeropuertos, con una satisfacción algo menor (4,13 y 3,96).

Figura 4. Recomendación turística por parte de los EE de la UCO de las diferentes ciudades andaluzas (%)



Fuente: Elaboración propia.

Por su parte, las ciudades de Almería (46,67%), Jaén (28,57%) y como Huelva (17,65%) no serían recomendada por más de la mitad de los EE que las han visitado, siendo llamativo la escasez de recomendaciones de Jaén y de Huelva, achacado fundamentalmente a las malas comunicaciones y a una oferta turística poco atractiva. Además, el grado de satisfacción del turismo realizado en estas urbes guarda relación con la recomendación, ya que es bajo para cada una de ellas (2,01, 1,98 y 1,68

respectivamente). Por último, el 66,10% de los encuestados recomendaría otros lugares de Andalucía como Ronda (Málaga), Setenil de las Bodegas y Zahara de los Atunes (Cádiz).

Tabla 2. Grado de satisfacción del turismo realizado en ciudades españolas del EE de la UCO

Barcelona	4,14
Bilbao	2,64
Cáceres	4,17
Madrid	4,4
Segovia	4,29
Toledo	4,25
Valencia	4,01

Fuente: Elaboración propia.

En lo que respecta a la recomendación de otros destinos españoles, Madrid es mencionada por el 94,25% de los encuestados que la han visitado, derivado de la amplia oferta de actividades turísticas que pueden realizarse en ella (museos, monumentos, musicales y gastronomía principalmente). A esta ciudad le siguen en importancia Segovia (84,38%), Toledo (82,61%) y Cáceres (80%). Las razones esgrimidas han sido la gran calidad de su patrimonio cultural, así como los bajos precios del alojamiento y de la visita a los lugares patrimoniales. Por su parte, Barcelona (73,91%) y Valencia (73,21%) han sido recomendadas por prácticamente tres de cada cuatro encuestados. Es decir, cifra ligeramente inferior a las ciudades mencionadas anteriormente. De estos lugares valoran positivamente las posibilidades de ocio y su accesibilidad tanto por vía aérea como por ferrocarril. La ciudad Bilbao no sería recomendada por más de la mitad de los EE de la UCO que la han visitado (40,48%). Si bien han destacado su gastronomía, consideran que se trata de un lugar donde los precios están más elevados que en otros lugares que han podido visitar a lo largo de su estancia en España. Además, el 35,94% recomendaría otras urbes españolas como Salamanca, Badajoz, San Sebastián o Valladolid. Por último, el grado de satisfacción de la actividad turística efectuada en estos lugares es variado (Tabla 2).

6. Discusión

Los resultados obtenidos en este trabajo corroboran la importancia del turismo idiomático en los lugares receptores, tal y como evidencian algunos estudios (Martínez-Roget y Pawlowska, 2009; Martínez-Roget et al., 2013; Rodríguez et al., 2013).

La duración de la estancia es un factor a tener en cuenta. Así, se ha constatado que la mayoría de los encuestados han cursado un curso en la UCO. Es decir, tal y como reflejan autores como Kaloksai (2009), puede afirmarse que por lo general prefieren

recibir una beca con la máxima duración posible con el fin de aprovechar para conocer otros lugares y culturas.

Las motivaciones principales para ser beneficiarios de una beca Erasmus (vivir y viajar a otros países, nuevas experiencias y mejorar el conocimiento de un nuevo idioma) son similares a las de estudiantes de otros territorios (Fombona et al., 2013; Stilianos et al., 2013; Cerdeira, 2014; Berkens et al., 2016; Sova, 2017). No obstante, los encuestados revelan la poca importancia del prestigio de la UCO o la influencia de los profesores, mientras que la mejora de las capacidades personales se ubica en término medio. Este hecho contrasta con las investigaciones de (Mures et al., 2009; Keresztes, 2014; Pedersen et al., 2017), donde se pone de manifiesto que estas razones influyen de forma considerable a la hora de estudiar en el extranjero.

Por otro lado, en Córdoba han visitado los principales reclamos turísticos, algo frecuente en este tipo de experiencias al estar allí durante un periodo de tiempo. Al ser una ciudad cuyo turismo está orientado a la cultura, los EE de la UCO han realizado fundamentalmente turismo cultural, si bien llama la atención lo poco que han frecuentado los museos. Sin embargo, otros estudios que guardan semejanza con éste muestran como esto varía en función de la localización geográfica de la universidad de destino. Por ejemplo, (De Castro et al., 2018) constatan que el turismo en su modalidad de sol y playa es el más consumido por los llegados a la Universidad de Aveiro (Portugal).

En la mayoría de los casos han viajado junto a otros estudiantes del PE. De esto se extrae que tal y como muestran Lesjak et al., (2015;), los EE suelen agruparse con el fin de conocer el país en el que están cursando sus estudios o incluso para salir al extranjero. Además, suelen pernoctar en alojamientos con precios asequibles como pensiones o albergues (Durovic y Lovrentjev, 2015) como han reflejado en las encuestas los de la UCO.

Las visitas de familiares y amigos no han sido muy elevadas. Esto contrasta con lo evidenciado en otras pesquisas (Marshall, 2017; Amaro et al., 2019). No obstante, este hecho es debido fundamentalmente a la situación de emergencia sanitaria existente, cuyas restricciones de movilidad influyeron de forma directa en este aspecto.

Finalmente, los encuestados muestran un grado de satisfacción elevado con el turismo realizado en Córdoba. La gran mayoría tiene previsto volver y la recomendaría como destino turístico. Es decir, tal y como afirman Bogain (2012) y Assodar et al., (2017) existe un vínculo afectivo con la ciudad una vez finaliza la estancia en ella.

7. Conclusiones

El turismo idiomático se presenta como un sector estratégico para los lugares con universidades receptoras de EE debido a los impactos económicos que pueden llegar a generar, ya que las estancias suelen ser prolongadas en el tiempo (algo menos de un año), lo que difiere del turismo convencional cuya duración puede ser de unos días o

una semana. La pandemia de la Covid-19 ha supuesto una regresión en esta modalidad turística fruto del menor número de alumnado beneficiario del PE, pues son menos los que animan a pedir la beca por la situación de emergencia sanitaria. No obstante, una vez que se vuelva a la normalidad sería conveniente que las universidades trabajasen con el sector turístico para ofrecer actividades de ocio relacionadas con la cultura local.

En esta investigación se ha constatado la relación existente entre la pandemia y el comportamiento de los participantes del PE llegados a la UCO. Las restricciones de movilidad impuestas por las autoridades han frenado de forma sustancial la realización de actividades turísticas por parte de los EE. Así, los viajes se han efectuado fundamentalmente hacia otros lugares de Andalucía, si bien han sido visitadas ciudades dentro de España. Por el contrario, apenas han viajado hacia el extranjero. Además, esto guarda una relación directa con las visitas de familiares y amigos, traduciéndose en un menor número y con el consiguiente perjuicio para las economías locales.

Por último, las limitaciones de este estudio giran en torno al tamaño y naturaleza de la muestra, ya que se ha focalizado en los EE que ha recibido la UCO durante el curso 2020/2021. En este sentido, los resultados obtenidos ofrecen una base de partida sólida para la elaboración de investigaciones de este tipo aplicadas a otras universidades europeas, permitiendo conocer el fenómeno a una escala mayor, ya que la pandemia es una situación excepcional, por lo que sería oportuno, dada su trascendencia histórica, obtener una visión más holística. Además, en futuras pesquisas se podría indagar sobre otras cuestiones relacionadas con los EE como el lugar y el tipo de residencia durante su estancia, hábitos de consumo cotidianos o actividades de ocio diferentes al turismo.

8. Referencias bibliográficas

- Álamo-Vera, F. R., Hernández-López, L., Ballesteros-Rodríguez, J. L., y Saá-Pérez, D. (2020): Competence development and employability expectations: A gender perspective of mobility programmes in higher education. *Administrative Sciences*, 10 (3), 74. <http://doi.org/10.3390/admsci10030074>
- Ajanović, E., Beykal Ç. y Rabia, Ç. (2016): Effectiveness of Erasmus programme in prejudice reduction: Contact theory perspective. *Turističko Poslovanje*, (17), 47-60. DOI:10.5937/TurPos1617047A
- Amaro, S., Barroco, C., Martins, C., y Antunes, J. (2019): Erasmus students in Portugal: From students to tourists and advocates. *European Journal of Tourism Research*, 22, 94-106. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v22i.377>
- Arcodia, C., Novais, M.A., Cavlek, N. y Humpe, A. (2020): Educational Tourism and Experiential Learning: Students' Perceptions of Field Trips. *Tourism Review*, 76, 241-254. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2019-0155>

- Asoodar, M., Atai, M. R., y Baten, L. (2017): Successful erasmus experience: Analysing perceptions before, during and after erasmus. *Journal of Research in International Education*, 16 (1), 80-97. <https://doi.org/10.1177/1475240917704331>
- Baralo, M. (2007): Enseñanza de español y turismo: las estancias lingüísticas. *Mosaico*, 20, 32-36. <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/mosaico-n-20-revista-para-la-promocion-y-apoyo-a-la-ensenanza-del-espanol-x-aniversario-de-la-revista-mosaico-tecnicas-para-la-ensenanza-del-lexico/ensenanza-lengua-espanola/13154>
- Barra-Hernández, P., y Navalón-García, R. (2021): Turismo idiomático: conceptualización y valor estratégico en destinos consolidados. *Cuadernos de Turismo*, (48), 153–181. <https://doi.org/10.6018/turismo.492701>
- Beine, M., Noël, R., y Ragot, L. (2014): Determinants of the international mobility of students. *Economics of Education Review*, 41, 40-54. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2014.03.003>
- Bogain, A. (2012): Erasmus language students in a British university: a case study. *The Language Learning Journal*, 40 (3), 359-374. <https://doi.org/10.1080/09571736.2012.723937>
- Bracht, O., Engel, C., Janson, K., Over, A., Schomburg, A., y Teichler, U. (2006): The professional value of ERASMUS mobility. Oxford, International Centre for Higher Education Research.
- Cairns, D. (2017): The Erasmus undergraduate exchange programme: a highly qualified success story? *Children's Geographies*, 15 (6), 728-740. <https://doi.org/10.1080/14733285.2017.1328485>
- Campón, A.M. y Hernández, J.M. (2011): Turismo idiomático en el medio rural: una propuesta para su desarrollo y comercialización. *TURyDES*, 4 (10). <https://www.eumed.net/rev/curydes/10/cchm.htm>
- Carneiro, M. J., Guerra, R., y Malta, P. (2005): Universidade de Aveiro: Que papel na dinamização da mobilidade de estudantes no âmbito do Erasmus?. *Revista de Turismo & Desenvolvimento*, 2 (1), 149-155.
- Cerdeira, J. P. (2014): The determinants of international academic tourism demand in Europe. *Tourism Economics*, 20 (3), 611-628. <https://doi.org/10.5367/te.2013.0293>
- Clemente-Ricolfè, J. S. y García-Pinto, P. (2019): Erasmus university students motivation and segments: The case of Universitat Politècnica de València, Spain. *Journal of Educational and Social Research*, 9 (2), 72-82. Doi:10.2478/jesr-2019-0015
- Cohen, E., y Cooper, R. L. (1986): Language and tourism. *Annals of Tourism Research*, 13 (4), 533-563. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(86\)90002-2](https://doi.org/10.1016/0160-7383(86)90002-2)
- Comisión Europea (2021): Erasmus+ annual report 2020. Bruselas, Direction General for Education, Youth, Sport and Culture. <https://data.europa.eu/doi/10.2766/049341>
- Davidson, M., Wilkins, H., King, B., Hobson, P., Craig-Smith, S., y Gardiner, S. (2010): International education visitation–tourism opportunities. London, CRC for Sustainable Tourism. <https://sustain.pata.org/wp-content/uploads/2014/12/120013-Davidson-IntEdVis-WEB.pdf>
- De Albuquerque, C. R., Mundet, L., y Aulet, S. (2019): The role of a high-quality restaurant in stimulating the creation and development of gastronomy tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 220-228. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.10.018>

- De Castro, S., Breda, Z. y Pereira, E. (2018): Turismo académico: Um estudo sobre os estudantes Erasmus na Universidade de Aveiro. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 29, 107-123. <https://doi.org/10.34624/rtd.v0i29.1564>
- Dolga, L., Filipescu, H., Popescu-Mitroi, M. M., y Mazilescu, C. A. (2015): Erasmus Mobility Impact on Professional Training and Personal Development of Students Beneficiaries. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 191, 1006-1013. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.235>
- Duffy, M. E., Farmer, S., Ravert, P., y Huittinen, L. (2003): Institutional issues in the implementation of an international student exchange program. *Journal of Nursing Education*, 42 (9), 399–405. Doi: 10.3928/0148-4834-20030901-06
- Durovic, M., y Lovrentjev, S. (2015): ERASMUS students–The New Tourism Force. *The Macrotheme Review*, 4 (5), 1-5. https://macrotheme.com/yahoo_site_admin/assets/docs/1MR45Lov.14833252.pdf
- Findlay, A. M., King, R., Geddes, A., Smith, F., Stam, A., Dunne, M., y Ahrens, M. (2010): Motivations and experiences of UK students studying abroad. Dundee, University of Dundee. <http://www.bis.gov.uk/assets/biscore/corporate/migratedD/publications/B/BIS-RP-008>
- Fombona, J., Rodríguez, C., y Sevillano, Á. P. (2013): The motivational factor of Erasmus students at the university. *International Education Studies*, 6 (4), 1-9. DOI: 10.5539/ies.v6n4p1
- Fraiz, J. A. (2017): Tendencias actuales del turismo en el mundo. Madrid, Síntesis.
- García Rodríguez, F. J., y Mendoza, J. (2015): The role of tourist destination in international students' choice of academic center: the case of erasmus programme in the Canary Islands. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13 (1), 175-189. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.012>
- Gardiner, S., Brian, K., y Wilkins, H. (2013): The travel behaviors of international students: Nationality-based constraints and opportunities. *Journal of Vacation Marketing*, 19 (4), 287-299. <https://doi.org/10.1080/10548408.2011.546210>
- Glover, P. (2011): International Students: Linking Education and Travel. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28 (2), 180-195. Doi: 10.1007/s10734-010-9396-5
- González, C. R., Mesanza, R. B., y Mariel, P. (2011): The determinants of international student mobility flows: An empirical study on the Erasmus programme. *Higher Education*, 62 (4), 413–430. Doi: 10.1007/s10734-010-9396-5
- Gürel, E., y Aslan, B. (2022): Internationalizing Teacher Education: What is the Erasmus Exchange Program's Contribution in Turkey?. *Higher Education*, 12 (1), 131-154. DOI: 10.5539/hes.v12n1p131
- Iglesias, M. (2018): Turismo idiomático en España: Marco teórico. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4 (1), 29-59. <http://www.ijosmt.com/index.php/ijosmt/article/view/313/304>
- Jongbloed, B., y Vossensteyn, H. (2016): University funding and student funding: International comparisons. *Oxford Review of Economic Policy*, 32 (4), 576-595. <https://doi.org/10.1093/oxrep/grw029>

- Juvan, E. y Lesjak, M. (2011): Erasmus Exchange Program: Opportunity for professional growth or sponsored vacations?, *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 23 (2), 23-29. DOI:10.1080/10963758.2011.10697003
- Kalocsai, K. (2009): Erasmus exchange students: A behind-the-scenes view into an ELF community of practice. *Apples–Journal of Applied Language Studies*, 3(1), 24–48. https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/21859/Apples_3_1_2009_Kalocsai.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Keogh, J., y Russel-Roberts, E. (2009): Exchange programmes and student mobility: Meeting student's expectations or an expensive holidays. *Nurse Education Today*, 29 (1), 108–116. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2008.07.006>
- Keresztes, E. R. (2014): The analysis of foreign study in higher education in the perspective of Hungarian exchange students. *Polish Journal of Management Studies*, 9, 96-103. <https://bibliotekanauki.pl/articles/405239>
- Kim, K., Oh, I., y Jogaratnam, G. (2006): College student travel: A revised modelo f push motives. *Journal of Vacation Marketing*, 13 (1), 73-85. <https://doi.org/10.1177/1356766706071201>
- Krzaklewska, E. (2008): Why study abroad? An analysis of Erasmus students' motivations. En Derwin, F. y Byram, M. F. (Eds.): *Students, staff and academic mobility in higher education*. Cambridge, Cambridge Scholars, 82-98. https://www.academia.edu/33468631/Why_Study_Abroad_An_Analysis_of_Erasmus_Students_Motivations?from=cover_page
- Lesjak, M., Juvan, E., Ineson, E. M., Yap, M. H., y Axelsson, E. P. (2015): Erasmus student motivation: Why and where to go?. *Higher education*, 70 (5), 845-865. Doi:10.1007/s10734-015-9871-0
- Lesjak, M., Juvan, E., y Podovšovnik, E. (2020): Erasmus+ Mobility: Empirical Insights into Erasmus+ Tourists' Behaviour. *Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal*, 13 (1), 35-50. <http://hippocampus.si/ISSN/2335-4194/13.35-50.pdf>
- Machado, A. y Matos, A. (2016): Erasmus student travel motivations: A factor-cluster segmentation approach. *Revista Turismo: Estudos & Práticas*, 5 (1), 7–39. <http://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/87/81>
- Malta, P. y Carneiro, M. J. (2005): Turismo e educação, mobilidades e ensino superior: Outras teias da globalização. *Revista de Turismo & Desenvolvimento*, 2 (1), 115-128. <https://www.semanticscholar.org/paper/Turismo-e-Educac%C3%A3o%2C-Mobilidades-e-Ensino-Superior.-Malta-Cameiro/cd3f2dcc3323c3ddeb2214779dad99cb8a069070>
- Mantecón, A. (2020): La crisis sistemática del turismo: una perspectiva global en tiempos de pandemia. En M. Simancas, M., Hernández, R. y Padrón, N. (Coords.): *Turismo pos-COVID-19 Reflexiones, retos y oportunidades*. La Laguna, Cátedra de Turismo Caja-Canarias-Ashotel de la Universidad de La Laguna, 19-29. <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/20451>
- Marshall, J. E. (2017): Experiences of student midwives learning and working abroad in Europe: The value of an Erasmus undergraduate midwifery education programme. *Midwifery*, 44, 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.midw.2016.10.013>
- Martínez-Roget, F., Pereira-López, X., y Pawlowska, E. (2013): El turismo académico en Galicia: Otra forma de contribución de las universidades a las economías locales.

- Cuadernos de Turismo, 32, 229-24.
<https://revistas.um.es/turismo/article/view/177541/149301>
- Miranda, C., Walter, C.E.; Sousa, B., Au-Yong-Oliveira, M., Santos, V. y Valeri, M. (2021): Academic tourism and transport services: student perceptions from a social responsibility Perspective. *Sustainability*, 13, 8794. <https://doi.org/10.3390/su13168794>
- Montaner, J. (1991): Estructura del mercado turístico. Madrid, Síntesis.
- Moraes, M., De Abreu, J., Bláfoss, J., Anker, O. y Pinho de Sousa, J. (2021): Public Transport Use and Satisfaction by International Students and Researchers. *Sustainability*, 13 (15), 8417. <https://doi.org/10.3390/su13158417>
- Mures, M. J., Huerga, C., Lanero, J. J. y Díaz, M. (2009): El programa Erasmus en los estudios económico-empresariales: análisis y valoración. *Pecunia*, 9, 129-156. <http://dx.doi.org/10.18002/pec.v0i9.665>
- Opla, E. (2008): El turingüismo en España: actitudes y preferencias de los estudiantes alemanes de ELE. <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:3e72d57e-8ead-4298-a9d4-e7014700042e/2008-bv-09-12opla-pdf.pdf>
- Papatsiba, V. (2005): Political and individual rationales of student mobility: a case-study of ERASMUS and a French regional scheme for studies abroad. *European Journal of Education*, 40 (2), 173–188. <https://doi.org/10.1111/j.1465-3435.2004.00218.x>
- Pardo, C.J. (2011): El turismo idiomático en España como potenciador cultural en ciudades patrimoniales: el caso de Salamanca y Alcalá de Henares. *Cuadernos de Turismo*, 27, 701–723. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/140171>
- Pawlowska, E., y Martínez, F. (2009): Unha aproximación ao impacto económico directo do turismo académico: o caso dos intercambios Erasmus na Universidade de Santiago de Compostela. *Revista galega de economía*, 18 (2), 91-110. https://www.researchgate.net/publication/41091675_Unha_aproximacion_ao_impacto_economico_directo_do_turismo_academico_o_caso_dos_intercambios_Erasmus_na_Universidade_de_Santiago_de_Compostela
- Pedersen, J. M., Gutiérrez, J. M., Kirikova, M., Zabłudowski, Ł., y Comellas, J. (2017): Motivations and outcomes: A study of an intensive international course. *International Journal of Engineering Education*, 33 (3), 1086-1097. https://www.ijee.ie/latestissues/Vol33-3/15_ijee3446ns.pdf
- Pitman, T., Broomhall, S., y Majocho, E. (2011): Teaching ethics beyond the academy: Educational tourism, lifelong learning and phronesis. *Studies in the Education of Adults*, 43 (1), 4-17. <https://doi.org/10.1080/02660830.2011.11661600>
- Pimentel, P.C., y Huisman, J. (2013): A Bourdieusian analysis of the participation of Polish students in the ERASMUS programme: cultural and social capital perspectives. *Higher Education*, 66 (6), 741-754. Doi:10.1007/s10734-013-9635-7
- Rivza, B., y Teichler, U. (2007): The changing role of student mobility. *Higher Education Policy*, 20 (4), 457–475. <https://dx.doi.org/10.1057/palgrave.hep.8300163>
- Rindoks, A. (2010): The international mobility of talent: Types, causes and development. *Impact Journal of Ethnic and Migration Studies*, 36 (4), 709-710. <http://dx.doi.org/10.1080/13691831003676751>

- Rodríguez, X. A., Martínez-Roget, F., y Pawlowska, E. (2012): Academic tourism demand in Galicia, Spain. *Tourism Management*, 33 (6), 1583–1590. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.01.010>
- Rodríguez, X. A., Martínez-Roget, F., y Pawlowska, E. (2013): Academic tourism: A more sustainable tourism. *Regional and sectorial Economic Studies*, 13 (2), 89-98. <https://www.usc.es/economet/reviews/eers1327.pdf>
- Soriano, M. M. (2001): La motivación, pilar básico de todo tipo de esfuerzo. Proyecto social: Revista de relaciones laborales, (9), 163-184. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=209932>
- Souto-Otero, M. (2008): The socio-economic background of Erasmus students: A trend towards wider inclusion?. *International review of education*, 54 (2), 135-154. DOI:10.1007/s11159-007-9081-9
- Souto-Otero, M., Huisman, J., Beerkens, M., De Wit, H., y Vujić, S. (2013): Barriers to international student mobility: Evidence from the Erasmus program. *Educational Researcher*, 42 (2), 70-77. <https://doi.org/10.3102/0013189X12466696>
- Sova, R. B. (2017): Understanding erasmus students' motivation: What directs erasmus students' choice of destination and particular course. *New Educational Review*, 50 (4), 26-35. <https://doi.org/10.15804/tner.2017.50.4.02>
- Stilianos, P., Georgios, A., Vasilik, K. y Labros, S. (2013): The Erasmus Student Mobility Program and Its Contribution to Multicultural Education: The Case of Tecnological Education Institute of Thessaly. *Journal of Educational and Social Research*, 3 (3), 181-200. Doi: 10.5901/jesr.2013.v4n3p181
- Stone, M.J. y Petrick, J.F. (2013): The educational benefits of travel experiences: A literatura review. *Journal of Travel Research*, 52 (6), 731-744. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.906.2409&rep=rep1&type=pdf>
- Taboada de Zuñiga, P. (2010): Una aproximación al turismo idiomático en España. El caso particular de las ciudades históricas. En Jiménez J.L. (Coord.): *Nuevas perspectivas del turismo para la próxima década: III Jornadas de investigación en turismo*. Sevilla, Escuela Universitaria de Estudios Empresariales, 757-782. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/53353/taboada-zuniga.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Taboada de Zuñiga, P. (2015): *El turismo idiomático en Santiago de Compostela*. Tesis Doctoral. Universidad de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela, España. <https://minerva.usc.es/xmlui/handle/10347/12391>
- Tomasi, S., Paviotti, G., y Cavicchi, A. (2020): Educational tourism and local development: The role of universities. *Sustainability*, 12 (17), 6766. <https://doi.org/10.3390/su12176766>
- TURESPAÑA (2008): *Turismo idiomático*. Estudios de Productos Turísticos. Madrid, Instituto de Turismo de España.
- Van Mol, C. (2013): Intra-European Student Mobility and European Identity: A Successful Marriage?. *Population, Space and Place*, 19 (2), 209–222. <https://doi.org/10.1002/psp.1752>
- Wang, Y. C. (2015): A study on the influence of electronic word of mouth and the image of gastronomy tourism on the intentions of tourists visiting Macau. *Tourism: an international interdisciplinary journal*, 63 (1), 67-80. <https://hrcak.srce.hr/file/202543>

Williams, P. (2010): Educational tourism: understanding the concept, recognizing the value. *Tourism Insights*, 3 (1). <https://www.semanticscholar.org/paper/Educational-tourism%3A-understanding-the-concept%2C-the-Williams/9d6b9f2e7f1da5dbba122f31c311e2872026444f>.