

LA MARCA DEL DESTINO Y LAS EXPECTATIVAS. AFECCIONES Y DESAFECCIONES DEL TURISTA ACADÉMICO

Dra. Montserrat Crespi-Vallbona*, Dra. Ester Noguera-Juncà** y
Dr. Lluís Coromina Soler***

Entregado: 2/11/2024 Modificado: 21/11/2023 Aceptado: 22/11/2023

DOI: 10.61520/et.2262023.1219

Resumen: El objetivo de este trabajo es analizar los lazos emocionales que teje el turista académico con el destino durante su estancia formativa, una cuestión poco trabajada por la academia que se ha centrado principalmente en el estudio de las motivaciones de estos turistas. Para ello, partiendo de las teorías del aprendizaje e intercambio social, y del ciclo de vida del profesional expatriado de las empresas multinacionales, se utiliza una metodología cualitativa focalizada en el análisis de datos primarios obtenidos en un grupo focal con estudiantes universitarios internacionales en Barcelona. Esta investigación prueba la existencia de un ciclo de afección y desafección con el lugar de acogida, modulado en distintas fases: la de enamoramiento, convivencia, fatiga y nostalgia.

Palabras Clave: intercambio cultural, impacto del huésped, expectativa, ciclo de afección y desafección, turismo académico, Barcelona.

DESTINATION BRAND AND EXPECTATIONS. ATTACHMENTS AND DETACHMENTS OF ACADEMIC TOURISM

Abstract: The aim of this research is to analyze the emotional bonds that academic tourists develop with the destination during their training stay, an issue that scarcely studied in the academic literature that has focused on the study of the motivations of these tourists. Methodologically, this research focuses on the social learning and exchange theories, as well as the life cycle of professional expatriates of multinational enterprises and uses a qualitative research based on a focus group with international university students in Barcelona. This research demonstrates the existence of an attachment and detachment cycle with the destination, based on distinct phases: enchantment, coexistence, fatigue and nostalgia.

Keywords: cultural exchange, guest impact, expectation, attachment and detachment cycle, academic tourism, Barcelona.

INTRODUCCIÓN

La actividad turística y sus empresas son consideradas pioneras en crear felicidad entre sus integrantes (Pearce, 2009). Este sentimiento positivo se genera a raíz del encuentro con otras culturas, como constata Bimonte (2008), debido al encuentro de dos

poblaciones: los residentes, vecinos permanentes (una comunidad más estable, familiar y conocida); y los turistas, los residentes temporales (una colectividad más variable y desconocida). Ciertamente, estas conexiones y experiencias de individuos con distintos bagajes sociales, culturales y económicos inciden en las opiniones, actitudes y

* Departament d'Empresa, Facultat d'Economia i Empresa, Universitat de Barcelona. mcrespi@ub.edu. <https://orcid.org/0000-0001-8267-4786>

** Departament d'Economia, Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales, Universitat de Girona. ester.noguera@udg.edu. <https://orcid.org/0000-0002-5977-0005>

*** Departament d'Economia, Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales, Universitat de Girona. lluis.coromina@udg.edu. <https://orcid.org/0000-0003-0769-0633>

estilos de vida tanto de los huéspedes como de los anfitriones (Sharpley, 2014). Estas interacciones generan distintos momentos de vínculo emocional con el destino, una cuestión poco analizada en la literatura científica. Mayoritariamente, las investigaciones se centran en la percepción de los turistas acerca de la imagen que proyectan los destinos (Moreira & Iao, 2014) y en las percepciones de la comunidad anfitriona (Gursoy & Rutherford, 2004; Lee, 2013; Vargas et al., 2015; Wang & Xu, 2015; Malik et al., 2017; Martín et al., 2018).

Tradicionalmente, en cuanto a la perspectiva de la demanda, se han trabajado las tendencias y las motivaciones que mueven a la gente a viajar desde la diversidad de necesidades culturales, sociales, naturales, etc.; a la búsqueda de la autorrealización y satisfacción personal; o, como una unión de factores *push* y *pull*, que empujan y facilitan el turismo. No obstante, no se ha analizado desde las experiencias y conocimientos que los visitantes esperan recibir y perciben en sus viajes y que, consecuentemente, les invita a querer viajar más o seguir viajando más. Es decir, no se ha abordado desde la teoría del aprendizaje social. Asimismo, también se han olvidado las percepciones de los turistas en cuanto a los impactos emocionales y socioculturales que reciben (Sharpley, 2014). La teoría del intercambio social (*Social Exchange Theory*, SET, en inglés) es comúnmente utilizada por los académicos para determinar la relación de apoyo de los residentes de una comunidad al desarrollo de la actividad turística (Ko & Stewart, 2002; Gursoy et al., 2010; Lee, 2013).

En este sentido, el principal objetivo de esta investigación es analizar el apego y/o desapego emocional que viven los turistas en su estancia formativa, así como detectar las distintas fases que se experimentan en el destino.

Así pues, las teorías del aprendizaje e intercambio social son los enfoques conceptuales en los que se basa esta investigación, así como el ciclo de vida de los directivos expatriados de las empresas multinacionales en sus filiales, con el objetivo de medir la afección del denominado turista académico (Rodríguez et al., 2012; Cerdeira Bento, 2014) en un destino, cuya estancia formativa es prolongada en el tiempo. Esta afección sociocultural satisfactoria puede ir seguida de una fase de desafección cuando los desajustes culturales generan momentos de inadaptación y las expectativas del intercambio no se ven alcanzadas. La competitividad intercultural de cada individuo, influida también por los atributos y valores sociales según sea la procedencia o nacionalidad, definen la intensidad de este ciclo de afección y desafección.

Así, la estructura de esta investigación se inicia con una revisión de la literatura científica acerca del diálogo social y la actividad turística, así como de la relación entre el ciclo de afección y desafección con el destino y el turismo académico. Seguidamente, se contextualiza el turismo académico en la ciudad de Barcelona y la metodología utilizada para realizar el estudio, basada en un análisis cualitativo de datos primarios obtenidos a un grupo de 10 estudiantes internacionales de postgrado universitario. Una

vez analizados los principales resultados obtenidos, se exponen las conclusiones.

DIALOGO SOCIAL Y ACTIVIDAD TURÍSTICA

La actividad turística implica un aprendizaje puesto que se base en un encuentro monetario, social y de valores entre una comunidad residente y unos huéspedes. Cabe mencionar que dicha interacción cultural es más considerable si los huéspedes se desplazan a los destinos por motivos profesionales (expatriados) o por formación. Dichas interacciones impactan en los comportamientos y en las valoraciones tanto de los residentes como de los turistas (Sharpley, 2014) y tienen influencias en las percepciones de los huéspedes hacia los residentes y viceversa. La literatura académica ha analizado los efectos de las interacciones directas e indirectas entre huéspedes y anfitriones en los niveles de satisfacción de estos último, focalizándose en las percepciones de los residentes (Gursoy & Rutherford, 2004), e ignorando las percepciones de los turistas (Sharpley, 2014). En este sentido, abundan las investigaciones centradas en las relaciones entre huéspedes y anfitriones para planificar y gestionar eficientemente la industria turística del destino o en las valoraciones de la comunidad local sobre los impactos del turismo (Ko & Stewart, 2002; Gursoy et al., 2010; Nunkoo & Ramkissoon, 2012). Estos análisis de costes-beneficios influyen en la aprobación o rechazo de la actividad turística en su lugar de residencia (Kayat, 2002). No obstante, la relación huésped-anfitrión ha sido poco trabajada, y tampoco su

afección hacia el destino, lo que deviene el nuevo paradigma objeto de estudio en esta investigación. En esta línea, la relación es conceptualizada por la teoría del aprendizaje social y la teoría del intercambio social.

La teoría del intercambio social considera que la reciprocidad entre las personas involucradas en estos encuentros sociales y culturales percibe más aspectos positivos que negativos (Gouldner, 1960). La importancia de la afectividad para establecer relaciones sociales sólidas, comprometidas y sostenibles fue introducida por Lawler (2001), modulando la teoría del intercambio social. Esta conceptualización acredita la satisfacción de la experiencia y a la afectividad de las relaciones sociales establecidas. Unas interacciones y redes sociales que facilitan el aprendizaje y adquisición de conocimientos, comportamientos, habilidades, creencias, actitudes. El aprendizaje humano se da en el medio social, como certifica la teoría del aprendizaje social. Por otro lado, las empresas multinacionales acostumbra a expatriar o utilizar el know-how de sus empleados a lo largo de sus unidades. Ello supone la transmisión de los conocimientos organizacionales y de gestión entre profesionales de los diferentes países en los que se ubican las diferentes filiales y la matriz; también supone el desarrollo de la carrera profesional de directivos con capacidades para puestos estratégicos y la formación de profesionales con capacidades para asignaciones internacionales (Espinosa, 2009). Como señala el autor, los expatriados viven distintas situaciones de adaptación al nuevo entorno. Del mismo modo, sucede con el turismo académico. Este se constituye de personas, habitualmente jóvenes egresados,

que buscan incrementar sus conocimientos para poder desarrollarse profesionalmente así como ampliar sus redes de contacto. Ellos deciden irse de su país para formarse en otro distinto que les pueda brindar más opciones laborales.

EL CICLO DE AFECCIÓN Y DESAFECCIÓN CON EL DESTINO Y EL TURISMO ACADÉMICO

El crecimiento constante de la movilidad estudiantil de ciclo superior (Organización para la Cooperación y en Desarrollo -OCDE-, 2011) ha convertido este segmento en una oportunidad para la industria turística y un potencial de inversión a largo plazo (Cerdeira Bento, 2014). Según Rodríguez et al. (2012), el impacto económico en ciudades que acogen este tipo de visitantes es comparable al impacto económico de estancias turísticas más convencionales.

En este sentido, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2010) incluye en la categoría de visitantes todos los estudiantes que reciben cursos de corta duración (menos de 1 año) y enfatiza que “los estudios, la educación e la investigación” se consideran “otros motivos” de viaje. Así pues, el “turismo académico” se refiere a los visitantes que se desplazan fuera de su lugar de residencia habitual, dentro de su país (turismo académico nacional) o al extranjero (turismo académico internacional), por un período de tiempo de menos de 365 días consecutivos para ampliar estudios y/o para aprender idiomas (Rodríguez et al., 2012; 2013).

Los diferentes estudios sobre el turismo académico versan sobre las motivaciones del colectivo para viajar fuera de sus regiones y/o países para continuar sus estudios de educación superior y vivir en un lugar diferente al de su origen (Weaver, 2003; Krzaklewska, 2008; Rodríguez et al., 2012). Según Cerdeira (2014), el 95% del estudiantado prefiere elegir lugares con alumnao de diversas culturas, el 93% expresa que ha mejorado sus competencias para aceptar las diferencias culturales y el 84% declara haber mejorado sus competencias en resolución de problemas sobrevenidos.

En este sentido, la afección y desafección a un destino que experimentan los turistas académicos es parecida al ciclo que viven los directivos expatriados de las organizaciones privadas cuando son trasladados a las filiales.

Tradicionalmente, la teoría del ajuste internacional describe una sucesión de fases o etapas que viven los expatriados en su estancia profesional (Chow y Molina, 2004). Esta curva de ajuste intercultural muestra el proceso y el tiempo en el que el expatriado va obteniendo una estabilidad. Empieza por una etapa que todo le parece interesante y atractivo, “luna de miel”. Con el paso del tiempo aproximadamente de dos a tres meses presenta un choque cultural debido a que el individuo se percata de que todo es diferente. Finalmente se ajusta a la situación, lo que permite llegar a un dominio de la estancia en el destino. Así, estas fases que se suceden son: luna de miel, crisis, recuperación y ajuste. Este ajuste representaba una experiencia transitoria que va de un bajo a un alto estado de autoconciencia

y comprensión cultural, diferenciando también varias fases: contacto, desintegración, reintegración, autonomía e independencia. Posteriormente, se constataron cuatro fases: la fase de euforia (que se aprecia durante los primeros contactos con la nueva realidad cultural); la fase del choque cultural o “*jet-lag*” (una fase de estrés mental y psicológico fruto del sobre estímulo y del abuso del cuerpo para lidiar con múltiples problemas); la fase conformista (que manifiesta una progresiva recuperación del choque cultural) y la fase de asimilación (en la que se completa

el proceso de ajuste y adaptación). Aunque los académicos conceptualizan estas fases con distintos nombres, todos coinciden en que este ciclo empieza con un momento inicial de admiración, optimismo y euforia por la cultura anfitriona donde está ubicada la filial pasando a una caída, hostilidad y desengaño para volver a recuperar el nivel de entusiasmo y de adaptación cultural. Asimismo, este ciclo que gráficamente muestra una curva en forma de U (en inglés *U-curve hypothesis*) determina este ciclo de ajuste y adaptación del expatriado como una fun-

Figura 1. Curva de ajuste intercultural de los expatriados



FUENTE: Hodgetts y Luthans (2003), en Chow y Molina (2004).

ción del tiempo. Inicialmente hay una fase de pasión que es seguida por una etapa de cansancio y frustración pero que repunta y mejora la aceptación de la cultura del lugar de acogida. Del mismo modo, el éxito de los profesionales expatriados se debe a su capacidad de adaptación, ajuste y asimilación con los valores culturales del país donde se localiza la empresa filial en los tres ámbitos esenciales: en el trabajo, en su interacción con los individuos del país extranjero y en general en la cultura del nuevo país.

Tal y como se refleja en la figura 1, los autores (Hodgetts y Luthans, 2003; Chow y Molina, 2004) señalan que, al comenzar la expatriación, el expatriado cuenta con una percepción irreal de la situación, cree que es un sueño. Enseguida pasa al estado de fantasía, siente gran emoción por el nuevo lugar, e interés por descubrir y explorar el nuevo territorio. Posteriormente acepta la realidad de que se encuentra en un lugar extraño y que debe olvidar el pasado como las personas y la cultura, y debe empezar a experimentar, a realizar cosas nuevas para así buscar el significado y poder entender las razones del éxito y del fracaso para finalmente, lograr la integración en su nuevo entorno.

CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN:

El turismo académico en la ciudad de Barcelona es el caso estudiado. Durante las dos últimas décadas la movilidad internacional de los estudiantes universitarios y post universitarios ha crecido a un ritmo anual de 5% en países de la OECD, pasan-

do de 2 millones en 1998 a 5.3 millones en 2017 (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OECD, 2019).

España acogió a 125.675 estudiantes internacionales (1) durante el curso 2018-2019. Madrid (29.435), Cataluña (29.051) y Andalucía (18.384) fueron los territorios con mayor número de estudiantes internacionales entrantes según el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (2019). Cabe mencionar que España, con 42.537 estudiantes universitarios, lideró el ranking Erasmus de países de acogida durante el curso 2018-2019, seguido de Alemania, Reino Unido, Francia e Italia (Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, 2019).

En el caso de las universidades catalanas, durante el curso 2018-2019, éstas recibieron, tanto de programas de movilidad como de matrícula ordinaria, 12.564 alumnos de fuera de España, la gran mayoría procedentes del resto de Europa y de América. Esto es un 68'22% más que en el curso 2013-2014 (Tabla 1). De estos estudiantes, más del 90% se concentraron en universidades ubicadas en la provincia de Barcelona, siendo su capital la que concentra el mayor monto de estudiantes.

MATERIALES Y MÉTODOS:

Con el objetivo de analizar en profundidad los apegos emocionales que viven los turistas académicos en sus estancias formativas y para identificar las fases que se experimentan durante su estancia en el destino,

Tabla 1. Evolución del número de estudiantes internacionales en universidades catalanas

Curso	Europa	América	Asia	África	Oceanía	Numero estudiantes internacionales
2013-2014	4.665	2.259	482	15	48	7.469
2014-2015	5.155	4.178	806	19	39	10.197
2015-2016	5.603	5.255	906	21	43	11.825
2016-2017	5.760	5.270	956	56	53	12.095
2017-2018	5.989	5.525	940	196	71	12.721
2018-2019	6.056	5.209	991	248	60	12.564

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos del Departament d'Universitats i Recerca. Generalitat de Catalunya.

se lleva a cabo una investigación basada en una metodología cualitativa de grupos focales.

Durante la primavera de 2019 se organizó un grupo focal con 10 estudiantes universitarios y posuniversitarios internacionales. Con este grupo focal, se llevaron a cabo dos sesiones, ambas durante el mes de abril y con dos semanas de diferencia entre la primera y la segunda, y en las que participaron las mismas personas, para examinar los vínculos emocionales con el destino y verificar la existencia de las distintas fases de afección y desafección con este, los elementos que influyen en ellas y el grado de intensidad. Todos los participantes eligieron Barcelona como destino académico: 3 de ellos llevaban menos de un mes en la ciudad, 4 de ellos llevaban entre 1 y 9 meses y el resto más de 9 meses y les faltaba un mes para regresar a sus lugares de origen (Tabla 2). Las sesiones del grupo focal fueron presenciales, concretamente en las dependencias de una facultad universitaria pública de

la ciudad de Barcelona. El idioma utilizado durante las sesiones fue el inglés dado que las personas integrantes tenían diferencias procedencias. Ambas sesiones del grupo focal fueron moderadas por dos de los autores de este artículo y ambas tuvieron una duración de aproximadamente 80 minutos. Las entrevistas grupales fueron grabadas en audio con el consentimiento previo de los participantes.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A partir de los resultados del grupo focal, se evidencia que los turistas académicos experimentan una adaptación cultural y un ciclo emocional de afección al destino durante su estancia para ampliar su bagaje académico, profesional y personal. Las etapas e intensidades de este vínculo emocional dependen de su capacidad de asimilar y adaptarse a la nueva cultura, a los distintos marcos culturales en los que se encuentra,

Tabla 2. Características de los componentes del grupo focal

Llegados con menos de un mes de estancia	Entre uno y nueve meses	Menos de un mes para regresar
Ecuador, 22 años, hombre (C1)	Argentina, 25 años, hombre (C4)	México, 24 años, hombre (C8)
Colombia, 25 años, mujer (C2)	EEUU, 23 años, mujer (C5)	Alemania, 25 años, mujer (C9)
Argentina, 24 años, mujer (C3)	India, 21 años, mujer (C6)	Perú, 23 años, mujer (C10)
	Chile, 28 años, hombre (C7)	

FUENTE: Elaboración propia

esto es, de factores como las competencias culturales y el ajuste con los valores culturales propios. En consecuencia, y a semejanza de la curva de ajuste intercultural de los expatriados (Chow y Molina, 2004), en los turistas académicos también se evidencian diferentes fases y diferentes intensidades de integración social y cultural en función de la relación intercultural establecida, de los lazos sociales tejidos, del arraigo y apego creados, etc. lo que encadena una determinada escala de afección hacia el destino. La duración de la estancia formativa también influye en estas fases e intensidades. Se determinan pues las fases de enamoramiento, convivencia, fatiga y nostalgia como estadios diferenciados en este ciclo de afección al destino, que gráficamente se representan en la Figura 2.

Por consiguiente, el grupo focal constata la existencia de una primera fase que denominamos de **enamoramiento**: Durante los primeros días de estancia el turista experimenta una pasión inicial y un entusiasmo ante todo lo novedoso, desconocido o solo sabido teóricamente (atendiendo a su búsqueda de información previa al desplazamiento). Ciertamente, el grado de

entusiasmo y excitación de la fase de enamoramiento son fruto del listado de cosas que uno se plantea hacer en su proyecto de experiencia formativa antes de regresar de nuevo al hogar de origen. Y la ansiedad que puede generar la incertidumbre de las primeras semanas se desvanece ante los miles de objetivos y planes que uno se ha hecho para mejorar su futuro, su vida personal y profesional. Sentimientos pues de curiosidad y entusiasmo que avalan esta fase de enamoramiento inicial en el ciclo de afección al destino del turista académico. Una etapa en la que prevalece una pasión inicial y un entusiasmo ante todo lo novedoso y desconocido, donde el turista experimente un enorme afán de curiosidad por “redescubrir” y vivir el destino. Esta sensación la muestra el C8 como “...los primeros días me sentía enormemente excitado, más que contento, extasiado...hacía realidad mis sueños, me fui de mi casa, de mi hogar, de mi país... para forjar mi futuro...Emocionante...eso es, extremadamente emocionante”. También lo corrobora el C2 “cuando llegué tuve la sensación de hacer todo por primera vez puesto que la gente, los sabores, la historia...eran nuevos. Tuve la sensación de vivir algo fascinante y cero aburrido”. Esta fase tiene si-

Figura 2. Fases del ciclo de afección y desafección



FUENTE: Elaboración propia

militudes con las dos primeras fases de la curva de ajuste intercultural de los expatriados (Chow y Molina, 2004), concretamente la de “Irreal” y la de “Fantasía”, en las que al trabajador expatriado le emana un sentimiento de emoción por la exploración del nuevo entorno, como si se tratara de un sueño hecho realidad.

Asimismo, el grupo focal confirma una segunda fase que denominamos de **convivencia**. En esta fase, llega un momento de convivencia y armonía absolutas con el destino, los huéspedes incorporan las normas y valores del destino y adoptan unas rutinas muy parecidas (y para nada diferenciadas) a las de la comunidad anfitriona. En la fase de convivencia, se constata que el turista se siente cómodo en el destino y absolutamente aclimatado a la nueva vida, convirtiéndose en un residente más. Aprende el idioma, participa de las costumbres típicas, degusta la gastronomía del lugar, etc. y cada vez todo es menos sorprendente puesto que el turista ya está integrado en aquella comunidad. Es decir, el estudiantado se siente como si estuviera (casi) en su casa. Esta percepción la ilustra bien el C4 anotando

do “...me encanta como suena el catalán...*bon dia*...me gusta aprender de la gente de acá, de hablar, al menos lo básico en su propia lengua...”. Por otro lado, C5 insiste: “me gusta comer una paella los domingos como hacéis los catalanes para celebrar que es un día festivo y también me he apuntado a unos intercambios lingüísticos que hacen en un bar al lado de mi apartamento”. Esta fase presenta aspectos comunes con las tres siguientes fases de la curva de ajuste intercultural de los expatriados (Chow y Molina, 2004), concretamente la de “Interés”, la de “Aceptación de la realidad” y la de “Experimentación”, pues al ser plenamente consciente que se vive en un entorno diferente o que uno es “extraño o no oriundo”, uno se convence en el que cabe realizar las cosas de forma diferente, “dejarse ir” y probar cosas distintas a las del pasado confortable en el país de origen.

Sin embargo, durante este periodo también se experimentan momentos de cansancio, desengaño y desafección con el destino, por lo que también se evidencia un periodo de hastío, corroborando la siguiente fase, la de **fatiga**: En la fase de fatiga, los turistas

académicos se sienten desanimados, hastiados y desencantados con el destino que los acoge. Es decir, se echan en falta y se mitifican las prácticas culturales propias, tanto materiales como las inmateriales (la gastronomía, los encuentros sociales entre amigos, etc.), a pesar del placer por vivir la experiencia formativa. Es en este punto cuando se manifiesta cierto grado de agotamiento con el destino puesto que uno se ve obligado a planificar todos los comportamientos para estar acorde con la comunidad anfitriona, impidiendo la espontaneidad, la improvisación, y, por ende, el disfrute. En este sentido, el C6 manifiesta "...No te engañes...yo, hubo un momento que quería irme...no hacía más que llorar, de recriminarme a mí misma haber tomado la decisión de venir aquí...pero bueno...todo se pasa...afortunadamente ahora no cambiaría por nada esta experiencia". Esta fase coincide con la penúltima de la curva de ajuste intercultural de los expatriados (Chow y Molina, 2004), concretamente la de "Búsqueda del significado", pues se precisa encontrar y entender las razones del éxito y del fracaso de la estancia. El cansancio de ser un "extraño" pasa factura al cuerpo y al alma.

Por último, en el grupo focal se constató la fase de **nostalgia**. Ante la cercanía de la fecha de regreso a sus hogares, los turistas experimentan añoranza de perder lo que tienen, nostalgia de los momentos pasados y perciben la experiencia en el destino como una vivencia inolvidable y única. Los turistas académicos confirman la morriña que viven antes de regresar a su hogar, a su país; se acerca el momento de regresar, y empiezan a sentir una añoranza por la cultura del lugar de acogida y con la que ya se identifican plenamente. Este sentimiento se eviden-

cia en las palabras del C9 "...No quiero que llegue el día, he retrasado la vuelta un par de ocasiones...no me siento preparada para regresar..." y del C10 "la verdad es que me sabe mal regresar no tengo ganas...no sé... aquí estoy muy bien... se me da bien preparar el pan con tomate y decir *setze jutges d'un jutjat*". Esta última fase tendría una equivalencia con la última etapa de la curva de ajuste intercultural de los expatriados (Chow y Molina, 2004), concretamente la de "Integración", pues cuando se acepta la vivencia del nuevo entorno como algo plenamente positivo, cuando se es plenamente consciente de la experiencia formativa vivida es cuando se acerca el momento del regreso, lo que acostumbra a apenar bastante.

En definitiva, la existencia de las cuatro fases es notoria, siguiendo un orden de enamoramiento al inicio y nostalgia al final, intercalando momentos de cansancio y convivencia en los momentos intermedios de la estancia formativa. Cabe mencionar que las fases no son consecutivas en el tiempo. Esto es la variable tiempo no es tan relevante como lo son las experiencias vividas. Así pues, el cansancio se detecta durante el primer mes debido a los problemas logísticos y de los trámites burocráticos; y se repite a partir del quinto mes de estancia en el destino puesto que se perciben más intensamente las diferencias culturales entre el lugar de origen y el del destino, y, por ende, el turista académico añora sus hábitos culturales y se siente fatigado.

CONCLUSIONES

Esta investigación constata un vínculo emocional tejido entre los turistas académi-

cos y la cultura del destino elegido para su estancia formativa, a semejanza del vivido por los expatriados en su movilidad profesional. Un vínculo que se precia en distintas fases de afección y desafección. Concretamente cuatro: enamoramiento, convivencia, fatiga y nostalgia. Esta es la contribución a la teoría turística en relación al creciente impacto del turismo académico en las ciudades universitarias.

Así, esta investigación, basándose en la curva del ajuste intercultural que Chow y Molina (2004) construyen para los expatriados de las empresas, contribuye al avance de la teoría del intercambio social y la teoría del aprendizaje social, al demostrar que los turistas académicos viven un ciclo de afección y desafección con el destino que consta de cuatro etapas diferenciadas: una inicial de enamoramiento, dos fases intermedias de convivencia y cansancio y una última fase de nostalgia, previa al retorno al país de origen. Unas fases de apego y adaptación al destino que son también vividas y constatadas por los expatriados.

La fase inicial de enamoramiento se caracteriza por ser holísticamente apasionada puesto que el turista académico vive una experiencia novedosa y repleta de emoción, por las contribuciones de la experiencia formativa, por las redes personales y profesionales que teje, por el “redescubrimiento” del destino.

Le siguen dos etapas que combinan la afección y desafección con el destino. La fase de convivencia se singulariza por una aceptación afable de los hábitos culturales del destino y por una socialización emocional. Sin embargo, distintas eventualidades

hacen aflorar la etapa de cansancio, en la que el turista académico presenta indicios de agotamiento con la cultura local y añora su cotidianeidad, una realidad también experimentada por los expatriados.

Finalmente, ante la proximidad del día de regresar al lugar de residencia habitual se percibe una etapa de nostalgia que genera una satisfacción emocional positiva ante todos los conocimientos y valores adquiridos.

En este sentido, este artículo tiene también implicaciones prácticas para los agentes turísticos de aquellos destinos que quieren captar turismo académico, un segmento que tiene un impacto económico superior al del turismo convencional. Esto conduce a pensar que los agentes de los destinos turísticos enfocados al público académico deberían contar con un departamento específico para ayudar a estos residentes temporales durante todas estas fases, especialmente a asentarse en el destino y a mitigar la fatiga generada por la distancia física y cultural con su lugar de origen. Este departamento podría también organizar un programa de actividades sociales y culturales con temporalidad permanente y con la finalidad de establecer una red social y de integrar el estudiantado en la cultura local. Las herramientas principales que facilitan la adaptación cultural son el apoyo y la confianza que despiertan la interacción social con las redes sociales que se establecen.

Finalmente, cabe notar que futuras líneas de investigación van a utilizar un enfoque cuantitativo y una muestra estadística más elevada para validar los resultados presentados en este artículo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bimonte, S. (2008). The “tragedy of tourism resources” as the outcome of a strategic game. A new analytical framework. *Ecological Economics*, 67, 457-464
- Cerdeira Bento, J. P. (2014). The determinants of international academic tourism demand in Europe. *Tourism Economics*, 20(3), 611-628. <https://doi.org/10.5367/2Fte.2013.0293>
- Chow, P & MOLINA, A. (2004). *Programa de inducción para los procesos de expatriación y repatriación entre China y México*. Universidad de las Américas Puebla. Puebla, México.
- Espinosa Romero, M. (2009). *Los procesos de internacionalización empresarial y la gestión de personas*. Ministerio de industria, turismo y comercio. Fundación EOI. Madrid.
- Gouldner, A.W. (1960). The norm of reciprocity: a preliminary statement. *American Sociological Review*, 25, 161-178. <https://doi.org/10.2307/2092623>
- Gursoy, D., Chi, C. G. & Dyer, P. (2010). Local's attitudes towards mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49, 381-394. <https://doi.org/10.1177/2F0047287509346853>
- Gursoy, D. & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.008>
- Hodgetts, R. & Luthans, F. (2003). *International Management: culture, strategy and behavior*. 5ª Edición. McGraw – Hill. New York, EEUU.
- Kayat, K. (2002). Power, social exchanges and tourism in Langkawi: rethinking resident perceptions. *International Journal of Tourism Research*, 4(3), 171-191. <https://doi.org/10.1002/jtr.375>
- Ko, D. W. & Stewart, W. P. (2002). A structural model of resident' attitude for tourism development. *Tourism Management*, 23, 521-530. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00006-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00006-7)
- Krzaklewska, E. (2008). Why study abroad? An analysis of ERASMUS student's motivations. En Byram, M., and Dewin, F. (Eds): *Students, Staff and Academic Mobility in Higher Education*, (pp. 82-98). Cambridge Scholars Publishing.
- Lawler, E. J. (2001). An affect theory of social exchange. *The American Journal of Sociology*, 107(2), 321-352.
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37-46. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.03.007>
- Malik, M., Al Rawabi, T., Kimyani, N. & Al Hadrani, S. (2017). Residents' perceptions of tourism impacts in A`Dhakhiliyah region of Sultanate of Oman. *Journal of Tourism and Management Research*, 2(3), 119-134. <http://dx.doi.org/10.26465/ojtmr.2017239498>
- Martín, H., de los Salmones Sánchez, M. & Herro, Á. (2018). Residents' attitudes and behavioural support for tourism in host communities. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(2), 231-243. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1357518>
- Moreira, P., & Iao, C. (2014). A longitudinal study on the factors of destination image, destination attraction and destination loyalty. *International Journal of Social Sciences*, 3(3), 90-112.
- Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2012). Power, trust, social exchange and community support. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 997-1023. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.11.017>
- Pearce, P. (2009). The Relationship between Positive Psychology and Tourist Behavior Studies. *Tourism Analysis*, 14(1), 37-48. <https://doi.org/10.3727/108354209788970153>
- Rodríguez, X.A., Martínez-Roget, F. & Pawlowska, E. (2012). Academic tourism demand in Galicia,

Spain. *Tourism Management*, 33, 1583-1590. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.01.010>

Rodríguez, X.A., Martínez-Roget, F. & Pawlowska, E. (2013). Academic tourism: a more sustainable tourism. *Regional and Sectoral Economic Studies*, 13, 2.

Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>

Vargas-Sanchez, A., Oom do Valle, P., da Costa Mendes, J. & Albino Silva, J. (2015). Residents' attitude and level of destination development: An international comparison. *Tourism Management*, 48, 199-210. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.11.005>

Weaver, D. (2003). The contribution of international students to tourism beyond the core educational experience: evidence from Australia, *Tourism Review International*, 7 (2), 95-105. <https://doi.org/10.3727/154427203773069262>

• **Conflicto de intereses:** Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

• **Contribución de los autores:** Los autores han participado conjuntamente en la redacción del trabajo y análisis de los documentos, así como en la recogida de los datos empíricos y discusión de los resultados.

NOTAS

(1) Según indica el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades “Se consideran estudiantes internacionales entrantes a aquellos que tienen su residencia habitual fuera de España y, o bien están matriculados de forma ordinaria en una universidad presencial, o bien forman parte de algún programa de movilidad con destino alguna universidad del SUE” (Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, 2019).

