

BLANCA ALEJANDRA CAMARGO
Doctorado en Turismo
Universidad de Monterrey
México
[blanca.camargo@udem.edu]

DANIELA QUINTANILLA
Licenciada en Turismo Internacional
Universidad de Monterrey
México
[daanyqs@gmail.com]



ANÁLISIS DEL TURISMO ACADÉMICO EN MONTERREY (MÉXICO)¹

ANALYSIS OF ACADEMIC TOURISM IN MONTERREY (MEXICO)

¹ Fecha de recepción: 17 de octubre de 2017
Fecha de modificación: 5 de diciembre de 2017
Fecha de aceptación: 5 de febrero de 2018

Para citar el artículo: Camargo, B. y Quintanilla, D. (2018). Análisis del turismo académico en Monterrey (México). *Turismo y Sociedad*, XXIII, pp. 125-147.
DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n23.07>

Una primera versión de este trabajo fue presentada en 2016 a la Universidad de Monterrey (México) como tesis de grado para optar al título de licenciada en Turismo Internacional por parte de una de las autoras.

Resumen

A pesar de la importancia económica y la proyección de su aumento en los próximos años, el turismo académico ha sido poco estudiado en Latinoamérica. El presente artículo examina el segmento de los estudiantes internacionales que escogieron a Monterrey (México) como destino para realizar un intercambio académico y el comportamiento turístico durante su estadía en el país. Se identifican siete factores que impulsan a los estudiantes a realizar una experiencia académica en el extranjero y once factores de atracción que influyen en la elección de un destino académico. Se determina que los estudiantes internacionales contribuyen de manera importante a la industria turística del país y la necesidad de enfocar los esfuerzos de atracción a la región de Asia-Pacífico.

Palabras clave: Turismo académico, movilidad académica internacional, factores de impulso, factores de atracción, comportamiento turístico.

Abstract

Despite its economic impact and projection of growth in the next years, research on academic tourism is very scarce in Latin America. The present study examined the segment of international students who chose Monterrey, Mexico to pursue a study abroad experience and the travel behavior during their stay in the country. Specifically, it identifies seven push factors that motivate students to seek educational experiences abroad and eleven pull factors that influence academic destination choice. International students contribute significantly to the local tourism industry and suggestions are made to attract students from the Asia-Pacific region.

Keywords: Academic tourism, international academic mobility, attraction factors, tourist behavior.

1. Introducción

Un segmento con potencial para impulsar la actividad turística en Latinoamérica es el turismo académico. Este se define como todas las estancias académicas de duración inferior a un año realizadas en centros de educación superior fuera del país de residencia habitual del estudiante (Pawlowska, 2011, p. 21). Crompton (1979) identifica la educación como uno de los nueve motivos principales para realizar un viaje. Gracias a la globalización de la educación superior, al surgimiento de instituciones educativas con programas innovadores, al apoyo de los gobiernos y a los programas que fomentan la movilidad estudiantil (e. g. Erasmus), la movilidad académica internacional ha estado en constante crecimiento desde el año 2000 (UNESCO). En 2013 hubo 4.1 millones de estudiantes internacionales² en todo el mundo, y se espera que para 2025 aproximadamente 8 millones de estudiantes viajen al extranjero para realizar estudios de corta y larga duración en instituciones de educación superior (Institute of International Education (IIE), 2015). En 2014, la mayoría de los estudiantes internacionales se concentraron principalmente en Estados Unidos (19 %), el Reino Unido (10 %), Australia (6 %), Francia (6 %) y Alemania (5 %); por otra parte, los países que más enviaron estudiantes al extranjero fueron China (790.850 estudiantes), India (233.540 estudiantes) y Alemania (115.513 estudiantes) (UNESCO).

El impacto económico de la movilidad académica internacional es muy importante para los países de destino; los estudiantes internacionales generaron una derrama económica de USD 32.8 billones y 400.812 empleos en 2015 en Estados Unidos (NAFSA, 2016); £8.1

billones y 62.380 empleos en 2012 en el Reino Unido (Kelly y McNicoll, 2014) y AUD 15.4 billones en 2013 en Australia (Group of Eight Australia, 2014). Además del impacto económico directo, derivado principalmente del gasto en matrículas y manutención, los estudiantes internacionales generan un gasto turístico que ha llegado a alcanzar, por ejemplo, £136 millones en el Reino Unido (Group of Eight Australia, 2014) y USD 8.2 millones en el estado de Victoria (Australia) en 2003 (Michael, Armstrong y King, 2004). A este impacto económico se suma el gasto turístico que generan las visitas de familiares de los estudiantes durante sus estudios y que, por mencionar un caso, fue de AUD 282 millones en Australia en 2015 (Deloitte Access Economic, 2015).

A pesar de la importancia económica para los destinos receptores y la proyección de su aumento en los próximos años, el tema del turismo académico no ha sido estudiado en profundidad en países latinoamericanos. Investigaciones sobre el tema han examinado las motivaciones que empujan a un estudiante a escoger un destino internacional para realizar sus estudios universitarios (e. g. Maringe y Carter, 2007; Mazarol y Soutar, 2002), el proceso de elección del destino académico (e. g. Cubillo, Sánchez y Cerviño, 2006) y el comportamiento turístico de los estudiantes internacionales en el destino receptor (e. g. Kim y Jogaratnam, 2003; Michael et al., 2004); sin embargo, estos se han enfocado principalmente en destinos europeos, asiáticos y australianos. Más allá de informes estadísticos de movilidad estudiantil, no existe información sobre el segmento de estudiantes internacionales que escogen destinos latinoamericanos para realizar sus estancias universitarias. Para comenzar a llenar este vacío de información, el presente estudio tiene como objetivo examinar el segmento de estudiantes internacionales que eligieron a Monterrey (México) como destino para realizar un intercambio académico de corta

² La UNESCO define a los estudiantes internacionales como aquellos estudiantes que han cruzado físicamente una frontera internacional entre dos países con el objetivo de participar en actividades educativas en el país de destino (UNESCO, 2016).

duración (inferior a un año). Con base en la teoría de factores de impulso y atracción a un destino (Crompton, 1979; Dann, 1977), se busca responder a las siguientes preguntas:

- 1) ¿Cuál es el perfil del estudiante internacional que escoge a Monterrey como destino para realizar su intercambio académico?
- 2) ¿Cuáles son los factores que motivan a los estudiantes internacionales a realizar un intercambio académico en Monterrey?
- 3) ¿Cuáles son los factores del destino que influyen en la elección de Monterrey como destino académico?
- 4) ¿Cuál es el comportamiento turístico de los estudiantes internacionales durante su estancia en México?

Dado el aumento de la movilidad estudiantil internacional que se proyecta para los próximos años, es importante conocer los factores que influyen en la elección de un destino académico por parte de los estudiantes internacionales, de manera que se puedan desarrollar estrategias para la atracción de estos a México y otros destinos latinoamericanos. Además de la actividad turística y de la derrama económica que los estudiantes internacionales generan en los destinos, el atraer estudiantes internacionales promueve el reconocimiento internacional de las universidades locales y provoca intercambios culturales valiosos entre estudiantes locales e internacionales.

2. Revisión de la literatura

Con base en artículos académicos y reportes de gobiernos e instituciones de educación superior, la siguiente sección establece el marco conceptual que guio la investigación. Primeramente, se contextualiza el tema de turismo académico, luego se identifican los factores que influyen en la elección de un

destino académico; el apartado finaliza con datos estadísticos sobre el comportamiento turístico del estudiante internacional en el destino.

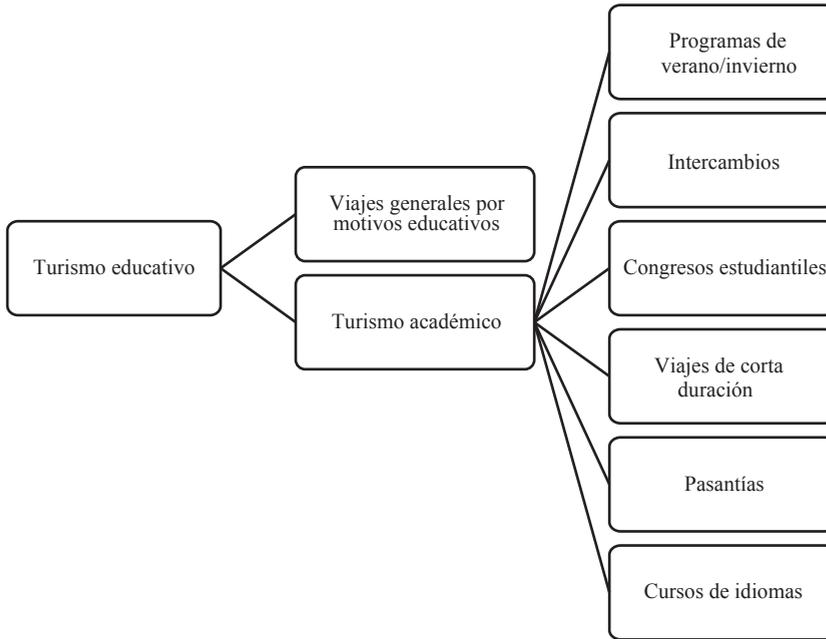
2.1 Turismo académico

El turismo académico forma parte del turismo educativo, el cual se refiere a las actividades turísticas de las personas que realizan un viaje cuyas motivaciones, primarias o secundarias, son la educación y el aprendizaje (Ritchie, 2003). Ritchie clasifica el turismo educativo en dos segmentos principales: el eduturismo (o viajes generales por motivos educativos) y el turismo académico. Los viajes por motivos educativos son aquellos realizados generalmente por adultos y/o adultos mayores, en los cuales la obtención de conocimiento y el aprendizaje son su motivación y una parte importante de la experiencia turística. El turismo académico se refiere a los viajes de una duración inferior a un año, realizados por estudiantes en centros de educación superior fuera de su lugar de origen (ver también Pawlowska, 2011). En el turismo académico, la importancia de la experiencia turística es secundaria a la experiencia académica. Las formas de turismo académico más comunes son los programas de verano o invierno, los intercambios nacionales e internacionales, los congresos estudiantiles, los viajes de corta duración y las pasantías (figura 1). El enfoque de esta investigación son los alumnos de educación superior que realizan intercambios académicos fuera de su país de origen por un período inferior a un año.

2.2 Elección de un destino académico

La teoría de los factores de impulso y atracción (Crompton, 1979; Dann, 1977) ha servido para examinar las razones por las que se realiza un viaje y los factores que influyen en la elección de un destino por parte del turista. Los factores de impulso son las fuerzas internas e intangibles que predisponen o motivan

Figura 1. Segmentos del turismo educativo



Fuente: González, Villanueva, Quintanilla y Flores (2017).

a una persona a realizar un viaje; los factores de atracción son fuerzas externas y características tangibles del destino turístico que lo hacen atractivo para el turista (Mohammad y Som, 2010). Dann (1977) identifica dos factores sociopsicológicos que motivan a las personas a realizar un viaje: el deseo o la necesidad de aislamiento, de “dejar todo y escapar”, y el deseo del turista de satisfacer sus necesidades egocéntricas. Crompton (1979) identifica nueve motivaciones (siete sociopsicológicas y dos culturales) que motivan al turista a realizar un viaje: las motivaciones sociopsicológicas son escape, autodescubrimiento, relajación, prestigio, retrospección, mejora de relaciones e interacción social; las dos motivaciones culturales implican la búsqueda de novedad y educación.

La elección de un destino para realizar un intercambio académico es un proceso multifacético que el estudiante toma basándose en cinco factores principales: motivaciones

personales, la imagen del país, de la ciudad destino, de la institución receptora y la evaluación del programa de estudios ofrecido (Cubillo et al., 2006). Investigaciones académicas en relación con la movilidad estudiantil han estudiado este fenómeno con base en los factores que motivan la decisión del estudiante de realizar un intercambio académico y los factores que inciden en que un estudiante escoja un destino específico (e. g. Cubillo et al., 2006; Maringe y Carter; 2007; Mazzarol y Soutar, 2002; Wilkins y Huisman, 2011). Los resultados de estas investigaciones se resumen a continuación.

2.2.1 Factores que impulsan a los estudiantes internacionales a realizar una experiencia académica internacional

Los factores de impulso se refieren a las motivaciones que incentivan al estudiante a realizar sus estudios profesionales en otro país. Estas se pueden clasificar en dos categorías:

motivaciones personales, es decir, las razones relacionadas con las necesidades y los deseos personales del estudiante que busca satisfacer por medio de un intercambio académico internacional; y motivaciones externas, las cuales incluyen factores alusivos al entorno que afectan la decisión del estudiante sin que este tenga algún poder sobre ellos. Además de la necesidad de escapar de la rutina, dos de las motivaciones personales para realizar estudios en el extranjero son el deseo de crecimiento personal y la búsqueda de desarrollo profesional por parte del estudiante. El crecimiento personal se busca principalmente mediante el conocimiento de culturas diferentes, de la interacción con personas y hacer amigos (Eder, Smith y Pitts, 2010; Lesjak, Juvan, Ineson, Yap y Axelsson, 2015; Mazzarol y Soutar, 2002; Nyaupane, Paris y Teye, 2011) y de obtener un sentimiento de independencia (Eder et al., 2010). El desarrollo profesional incluye el deseo de aprender o practicar un idioma (Eder et al., 2010; Griner y Sobol, 2014; Wilkins y Huisman, 2011), obtener una experiencia internacional o intercultural (Bodycott, 2009) y mejorar las oportunidades laborales en el futuro (Griner y Sobol, 2014). Las recomendaciones y la influencia de maestros, amigos y familiares son también factores que motivan a los estudiantes a realizar estudios en el extranjero, en particular a aquellos provenientes de países asiáticos (Mazzarol y Soutar, 2002; Pimpa, 2004; Wilkins y Huisman, 2011). Pimpa identifica cinco formas en las que la familia influye en la decisión de estudiantes tailandeses para realizar estudios en el exterior: por medio de apoyo financiero, información, creación de expectativas, competencia con familiares que también llevaron a cabo estudios en el extranjero y persuasión. Para los estudiantes chinos, el prestigio y el estatus social son motivaciones importantes para realizar estudios en el extranjero (Griner y Sobol, 2014).

En cuanto a las motivaciones externas que más influyen en la decisión de un estudiante

para realizar un intercambio internacional, en particular si proviene de un país en desarrollo, se encuentra la situación del país de origen, con referencia especial a factores negativos, como inestabilidad política y económica, escasez de oferta laboral y deficiencias en el sistema educativo local (Bodycott, 2009; Maringe y Carter, 2007).

2.2.2 Factores que influyen en la elección de un destino académico

Los factores que los estudiantes internacionales toman en cuenta al elegir un destino para sus estudios en el extranjero se pueden clasificar en atributos del destino y atributos de la institución receptora; la calidad de esta última es el factor que más incide en la elección del destino académico (Bodycott, 2009; Eder et al., 2010; Mazzarol y Soutar, 2002; Michael et al., 2004; Wilkins y Huisman, 2011). La calidad de la institución receptora se percibe por medio de su reputación internacional, su *ranking* académico, su oferta de cursos y el nivel de experiencia de sus profesores. Las instalaciones, los programas de apoyo para estudiantes internacionales, los convenios bilaterales y las alianzas estratégicas con universidades extranjeras también son tomados en cuenta al elegir un destino académico (Bodycott, 2009; Mazzarol y Soutar, 2002). En cuanto a los atributos del destino, los estudiantes internacionales consideran importantes el clima, los sitios naturales, culturales e históricos, la cultura y la seguridad (Eder et al., 2010; Lesjak et al., 2015; Wilkins y Huisman, 2011), aunque los estudiantes chinos son indiferentes a ellos (Bodycott, 2009). La accesibilidad del país receptor, en particular en lo referente al proceso de aplicación a visas, el costo de vida y el costo de la educación también se consideran importantes al seleccionar un destino académico (Eder et al., 2010; Lesjak et al., 2015; Maringe y Carter, 2007; Mazzarol y Soutar, 2002; Wilkins y Huisman, 2011), así como los vínculos familiares y sociales que

los estudiantes tengan en el destino (Bodycott, 2009) y la oportunidad de trabajar en él mientras realizan la estancia académica (Maringe y Carter, 2007; Wilkins y Huisman, 2011). Se encontró que el idioma del destino es poco importante para la elección del destino, en particular para los estudiantes europeos que participan en el Programa Erasmus (Lesjak et al., 2015).

2.3 Comportamiento turístico del estudiante internacional en el destino receptor

Viajar por el país receptor es una motivación importante para el estudiante internacional, y la mayoría de los estudiantes internacionales participan en actividades turísticas durante su estancia académica. Varios autores han examinado el comportamiento de viaje de los estudiantes internacionales, pero, con algunas excepciones, estas investigaciones se han enfocado en estudiantes asiáticos en universidades de Estados Unidos y Australia. Estas investigaciones revelan que los estudiantes internacionales tienden a hacer viajes de corta duración, generalmente de entre uno y tres días (Gardiner, King y Wilkins, 2013; Hughes, Wang y Shu, 2015; King y Gardiner, 2015), organizados por ellos mismos, basándose principalmente en información en línea y en recomendaciones provenientes de amigos y familiares (Hughes et al., 2015; Michael et al., 2004; Payne, 2010). Field (1999) reporta que solamente 34.5 % de los estudiantes internacionales en una universidad del sureste de Estados Unidos usaron servicios de una agencia de viajes; este porcentaje fue de 10% entre estudiantes asiáticos en Melbourne (Australia) (Michael et al., 2004).

En cuanto al transporte, los estudiantes internacionales prefieren viajar en carro y avión (Field, 1999; Gardiner et al., 2013; Hsu y Sung, 1997; King y Gardiner, 2015; Michael et al., 2003; Payne, 2010); el tren, el autobús y el barco son los tipos de transporte menos

usados. En varios estudios se encuentra que el alojamiento preferido por los estudiantes son los hoteles y los moteles (Field, 1999; Hsu y Sung, 1997; Kim y Jogaratram, 2003; King y Gardiner, 2015), seguidos por el alojamiento en casa de amigos y familiares. Gardiner et al. (2013) reportan diferencias en la preferencia de alojamiento de acuerdo con la nacionalidad de los estudiantes internacionales en Australia: los estudiantes europeos y los norteamericanos prefieren hospedarse en hostales, mientras que los estudiantes chinos y los indios se inclinan por los moteles y los hoteles. Las actividades turísticas más populares entre los estudiantes son ver (*sightseeing*) y pasear por la ciudad (Carr y Axelsen, 2005; Field, 1999; Hsu y Sung, 1997; Kim y Jogaratram, 2003), ir de compras (Field, 1999; King y Gardiner, 2015) o visitar atracciones naturales como playas y paisajes (Hugues et al., 2015; King y Gardiner, 2015; King y Jogaratram, 2003; Payne, 2010); actividades como ir de crucero, participar en *tours* guiados, cazar y pescar son reportadas como las menos populares. El gasto turístico de los estudiantes internacionales se ha estimado entre NZ 397.81 – NZ 688.77 (aproximadamente entre USD 275 y USD 475) por viaje realizado en Nueva Zelanda (Payne, 2010), y hasta de USD 500 por viaje realizado por estudiantes internacionales chinos en Australia (Gardiner y King, 2013; Michael et al., 2003). Un hallazgo importante en varios de estos estudios es que este segmento está dispuesto y tiende a regresar a los destinos visitados, lo que tiene implicaciones importantes para los gestores de destinos, quienes, con base en experiencias turísticas de calidad, pueden aumentar el impacto económico de este segmento.

2.4 Intercambios internacionales en México

El número de estudiantes internacionales ha aumentado considerablemente en las últimas décadas y nuevos países han entrado en la competencia para atraer estudiantes

extranjeros debido a los beneficios económicos y sociales que genera la movilidad académica; como resultado, el mapa de destinos académicos se ha diversificado en los últimos años (OECD, 2013). Estados Unidos, Reino Unido, Alemania y Australia siguen siendo los países preferidos por los estudiantes internacionales, pero, a medida que la demanda por estudios superiores aumenta, han comenzado a explorarse nuevos destinos, como China, Canadá y Japón (IIE, 2015). La movilidad académica desde o hacia países latinoamericanos es muy modesta: en 2011, los estudiantes de esta región representaron solo el 5 % del total de los estudiantes internacionales en el mundo (Chiche-Portiche, 2017). Brasil es el país que más estudiantes internacionales recibe (294.438 en 2014), seguido de México (8.020) y Colombia (4.023) (UNESCO); en el caso de México, aproximadamente 30.000 estudiantes mexicanos salieron del país a estudiar en el extranjero (UNESCO). El desbalance entre las llegadas y las salidas de estudiantes se ha atribuido a la situación de violencia e inseguridad que afectó la llegada de estudiantes provenientes de Estados Unidos en años recientes (Maldonado, Cortés e Ibarra, 2016).

La encuesta de movilidad estudiantil internacional en México-PATLANI reporta que, para el ciclo escolar 2013-2014, los estudiantes extranjeros que escogieron a México para realizar sus intercambios académicos provenían de Europa (34 %), América del Sur (26%), América del Norte (24 %), Asia (8 %), América Central y el Caribe (7 %), Oceanía (2 %) y África (0.2 %). Los países que más enviaron estudiantes hacia México fueron Francia, Colombia, Alemania y España. El 78 % de los estudiantes internacionales llegaron a México a realizar su intercambio a nivel de pregrado y el 70 % se inscribieron en universidades privadas. Las principales universidades receptoras fueron la Universidad de Guadalajara, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, la Bene-

mérita Universidad Autónoma de Puebla y la Universidad Autónoma del Estado de Puebla.

3. Metodología

Con el fin de cumplir con los objetivos planteados, la investigación siguió un enfoque metodológico mixto de tres etapas. Las primeras dos etapas se abordaron de manera cualitativa-exploratoria. En la primera, se identificaron 62 variables preliminares (19 de impulso para realizar un intercambio y 43 de atracción hacia un destino académico) que los estudiantes internacionales toman en consideración para realizar un intercambio académico internacional, a partir de una investigación acerca de turismo académico realizada para el proyecto de tesis de licenciatura de una de las coautoras de este manuscrito (González et al., 2017). Los factores de atracción, a su vez, se dividieron en atributos de la ciudad y de la universidad receptora.

En la segunda etapa, dada la escasez de estudios sobre turismo académico en Latinoamérica, se llevaron a cabo conversaciones informales, entrevistas semiestructuradas y grupos de enfoque en los que participaron estudiantes internacionales inscritos en dos universidades locales, con el fin de identificar variables relacionadas con la elección de un país latinoamericano para realizar un intercambio académico.

En la tercera etapa, con la información obtenida de los métodos cualitativos, se diseñó un estudio cuantitativo (descriptivo, correlacional y factorial) con base en una encuesta que se aplicó a una muestra por juicio de alumnos internacionales. Los criterios de selección fueron dos: 1) que fueran alumnos de licenciatura de países extranjeros, 2) que estuvieran inscritos en una de las tres universidades de la ciudad con programas de intercambios académicos o que hubieran realizado su intercambio en semestres previos a la realización de este estudio.

El cuestionario consistió de cinco secciones, de acuerdo con los objetivos de la investigación: (a) información demográfica y académica de los estudiantes internacionales; (b) importancia de 27 motivaciones para realizar un intercambio internacional; (c) importancia de 31 atributos de Monterrey para la elección de la ciudad como destino académico; (d) importancia de 19 atributos de la universidad receptora para la elección de Monterrey como destino académico; y (e) comportamiento turístico durante el intercambio académico. Para establecer la importancia de las variables de impulso y atracción, se utilizó una escala de Likert de cinco puntos (1 = nada importante, 2 = poco importante, 3 = neutral, 4 = importante y 5 = muy importante). Los datos demográficos y académicos de los estudiantes, así como su comportamiento turístico, se establecieron con preguntas cerradas nominales y de opción múltiple. Para asegurar la validez y la claridad del cuestionario, se realizaron pruebas piloto con expertos académicos y estudiantes internacionales, cuya retroalimentación sirvió para realizar mejoras a la redacción del cuestionario, agrupar variables similares y eliminar variables redundantes. Con un resultado de alfa de Cronbach de 0.95 se comprobó que el nivel de confiabilidad del cuestionario fue alto y válido para la investigación.

3.1 Participantes

La población considerada para la investigación corresponde a los estudiantes internacionales que realizan intercambios académicos con duración inferior a un año en universidades de Monterrey, la cual se estima entre 600 a 700 por año (H. González, directora de Servicios para Estudiantes Internacionales, Universidad de Monterrey, comunicación personal, 2017). Para este estudio, se invitó a participar a estudiantes que cumplieran con los siguientes criterios: 1) que fueran alumnos de licenciatura de países extranjeros, 2)

que estuvieran inscritos en una de las tres universidades de la ciudad con programas de intercambios académicos (i. e. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Universidad de Monterrey (UEM) y Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL)) durante el semestre de primavera de 2017 o que hubieran realizado su intercambio en semestres previos a la realización de este estudio en las mismas universidades. La invitación a participar se hizo por intermedio de las oficinas de intercambios internacionales de las tres universidades, organizaciones de apoyo estudiantil, redes sociales y contactos personales. Un total de 163 estudiantes internacionales tomaron la encuesta en abril de 2017.

4. Resultados

4.1 Perfil de los estudiantes internacionales en Monterrey

Ciento sesenta y tres estudiantes internacionales de 35 países participaron en el estudio, de los cuales el 60.1 % realizaron su intercambio en la UDEM, el 34.3 % en el ITESM y el 5.5 % en la UANL. Un poco más de la mitad (52.1 %) son de sexo masculino. El 66.3 % de los estudiantes provenían de países de Europa: los principales países emisores fueron Francia (24.1 % del total de los estudiantes) y Alemania (15.7 %). Los estudiantes latinoamericanos representaron el 25.2 % de la muestra, con Colombia como el principal país emisor de esta región. Estudiantes de Corea del Sur y Hong Kong fueron los únicos estudiantes del continente asiático (7.4 %), mientras que el porcentaje restante (1.2 %) estuvo compuesto por estudiantes de países de habla inglesa, como Canadá y Australia. Para un análisis más profundo del segmento, las nacionalidades de los participantes se agruparon en seis regiones geográficas: Europa Occidental, Europa mediterránea, Europa del Este, Europa del Norte, Latinoamérica y el Caribe, y Asia-Pacífico

(tabla 1). El área de estudios de negocios y ciencias administrativas fue la más común entre los estudiantes internacionales en Monterrey (46.6 %), en particular entre los de la UDEM y el ITESM; la mayoría de los estudiantes de la UANL (55.6%) estudiaban carreras relacionadas con ciencias de la salud.

4.2 Factores de impulso y atracción en la movilidad académica en Monterrey

El segundo y tercer objetivos de la investigación fueron determinar las variables

de impulso y atracción más importantes en la elección de Monterrey como destino académico. Los resultados indican que los estudiantes internacionales toman la decisión de realizar un intercambio con base en sus necesidades y deseos personales, por encima de cualquier situación externa a ellos. Las motivaciones personales relacionadas con conocer cosas nuevas y autodesarrollo fueron las más importantes para los estudiantes internacionales en Monterrey; las cinco motivaciones más importantes fueron “conocer una cultura nueva” ($\bar{x}=4.69$), “conocer personas nuevas” ($\bar{x}=4.61$), “cumplir el deseo

Tabla 1. Procedencia de los estudiantes internacionales (N: 163)

<i>Europa Occidental</i>			<i>Latinoamérica</i>		
<i>País</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>	<i>País</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Francia	26	15.95	Colombia	21	12.88
Alemania	17	10.43	Argentina	5	3.07
Holanda	9	5.52	Chile	5	3.07
Austria	5	3.07	Brasil	3	1.84
Bélgica	3	1.84	Perú	3	1.84
Mónaco	1	0.61	Costa Rica	1	0.61
Suiza	1	0.61	Ecuador	1	0.61
Total	62	38.04	Puerto Rico	1	0.61
			Venezuela	1	0.61
			Total	41	25.15
<i>Europa mediterránea</i>			<i>Europa del Norte</i>		
España	10	6.13	Dinamarca	9	5.52
Italia	6	3.68	Finlandia	4	2.45
Portugal	4	2.45	Noruega	3	1.84
Turquía	1	0.61	Inglaterra	2	1.23
Eslovenia	1	0.61	Total	18	11.04
Bosnia	1	0.61			
Total	23	14.11			
<i>Asia-Pacífico</i>			<i>Europa Central/del Este</i>		
Corea del Sur	8	4.91	Estonia	1	0.61
Hong Kong	4	2.45	Letonia	1	0.61
Australia	1	0.61	Lituania	1	0.61
Total	13	7.98	Macedonia	1	0.61
			Rumanía	1	0.61
			Total	5	3.07
<i>Otros países</i>					
Canadá	1	0.61			

Fuente: Elaboración propia.

de vivir en otro país” (\bar{x} = 4.60), “ver cosas nuevas” (\bar{x} = 4.52) y “aprender a adaptarme a lugares desconocidos” (\bar{x} = 4.37). Los factores de impulso externos, como “situación económica del país de origen” (\bar{x} = 1.79), “situación política del país de origen” (\bar{x} = 1.80) y “situación educativa del país de origen” (\bar{x} = 1.96) fueron los menos importantes en la decisión de realizar un intercambio internacional, así como las recomendaciones de amigos, maestros y familiares (\bar{x} = 3.10, 2.77 y 2.58, respectivamente).

Solo se encontraron diferencias significativas entre las motivaciones para realizar un intercambio internacional y el género de los estudiantes: un mayor porcentaje de estudiantes mujeres consideró “ser más independiente” y las “recomendaciones de los maestros” como motivaciones importantes o muy importantes para realizar un intercambio (χ^2 = 4.30, p = 0.038 y χ^2 = 6.89, p = 0.013). De igual manera, la “situación educativa en el país de origen” fue una motivación importante o muy importante en la decisión de realizar un intercambio para un mayor porcentaje de mujeres que de hombres, quienes, en su gran mayoría, consideraron estas dos variables como poco o nada importantes (χ^2 = 4.21, p = 0.040).

Los atributos del destino y de la institución receptora no fueron motivaciones tan importantes en la elección de Monterrey como destino académico para hacer un intercambio internacional (tabla 2). En relación con el destino, la “cultura mexicana” (\bar{x} = 4.26), el “ambiente latino” (\bar{x} = 3.83), la “comunidad de estudiantes internacionales en la ciudad” (\bar{x} = 4.26) y la “oportunidad de aprender el idioma español” (\bar{x} = 3.42) fueron las características del destino más importantes para elegir a Monterrey como destino académico. Aquellas de menor importancia fueron “familiares viviendo en Monterrey” (\bar{x} = 1.55), “amigos viviendo en Monterrey” (\bar{x} = 1.80), “opiniones de mis familiares sobre la ciudad” (\bar{x} = 2.01) y “recomendaciones de familiares”

(\bar{x} = 2.06). Se encontraron diferencias significativas por género y región de procedencia de los estudiantes: los hombres consideraron la oportunidad de probar y consumir bebidas alcohólicas mexicanas, como el tequila y el mezcal, como un atributo del destino importante o muy importante, en mayor proporción que las estudiantes mujeres (χ^2 = 4.61, p = 0.032).

En cuanto a diferencias por región de procedencia, el clima de la ciudad fue un atributo de poca importancia para la gran mayoría de los estudiantes provenientes de Asia-Pacífico (92.3 % lo consideró poco o nada importante), Latinoamérica (78 %, poco o nada importante) y Europa Central/del Este (60.5 % poco o nada importante), mientras que para más de la mitad de los estudiantes de Europa Occidental y del Norte fue considerado importante o muy importante. La oportunidad de practicar el idioma español fue considerada un atributo importante o muy importante para la gran mayoría de los estudiantes provenientes de Europa Occidental, Asia-Pacífico y Europa Central/del Este, y de menor importancia para los estudiantes de Europa mediterránea y de Latinoamérica (χ^2 = 55.879, p = 0.000). La comunidad de estudiantes internacionales en el destino fue importante o muy importante para la mayoría de los estudiantes de Europa Occidental, Latinoamérica y Europa Central/del Este, mientras que resultó poco o nada importante para la mayoría de los estudiantes de Europa mediterránea y de Asia-Pacífico (χ^2 = 16.060, p = 0.007). Los atractivos naturales del destino fueron considerados importantes o muy importantes para el 100 % de los estudiantes de Europa Central/Este y para más de la mitad de los de Latinoamérica y Europa del Norte; por otro lado, para la gran mayoría de los estudiantes de Asia-Pacífico y de Europa mediterránea, este atributo resultó poco o nada importante (χ^2 = 13.143, p = 0.022). Finalmente, la vida nocturna de la ciudad fue un atributo del destino importante o muy importante para más de la mitad de

los estudiantes de Europa Occidental y de Europa Central/del Este, en tanto que para la mayoría de los estudiantes de Asia-Pacífico y Europa mediterránea fue poco o nada importante ($\chi^2= 11.817$, $p=0.037$).

Los atributos de la institución receptora más importantes para los estudiantes internacionales fueron el “convenio bilateral entre mi universidad de origen y la universidad receptora” ($\bar{x}=3.98$), “idioma en que se ofrecen los cursos” ($\bar{x}=3.75$), “revalidación de créditos académicos” ($\bar{x}=3.52$) y “apoyo del departamento de estudiantes internacionales de la universidad receptora” ($\bar{x}=3.45$). La calidad de la institución en relación con su prestigio ($\bar{x}= 3.37$), *ranking* académico ($\bar{x}= 3.29$) y la experiencia profesional de sus profesores ($\bar{x}= 2.82$) resultaron medianamente importantes para los estudiantes en la elección de Monterrey como destino académico. La “opción de alojamiento dentro del campus” ($\bar{x}=2.21$), la “campaña de promoción y *marketing* de la universidad” ($\bar{x}=2.31$), el “evitar requisitos de otros idiomas en la institución” ($\bar{x}=2.61$)

y el “conocimiento previo de la universidad” ($\bar{x}=2.67$) fueron los atributos de menor importancia para los estudiantes internacionales en este estudio. Diferencias estadísticamente significativas se encontraron por región en cuanto a la importancia de las características físicas de la institución receptora, su calidad y la posibilidad de revalidación de créditos académicos entre universidades. La mayoría de los estudiantes provenientes de Latinoamérica, Europa mediterránea y Europa Central/del Este consideraron importante o muy importante el temario de los cursos ofrecidos ($\chi^2= 36.74$, $p=0.000$), el tamaño de la universidad ($\chi^2= 22.085$, $p=0.001$) y las instalaciones del campus ($\chi^2= 36.343$, $p=0.000$), el equipo tecnológico ($\chi^2= 19.406$, $p=0.002$), el *ranking* ($\chi^2= 28.994$, $p=0.000$) y el prestigio de la institución receptora ($\chi^2= 32.881$, $p=0.000$), así como la revalidación de créditos académicos ($\chi^2= 17.416$, $p=0.004$). La ubicación del campus fue un atributo importante o muy importante únicamente para los estudiantes de Latinoamérica y de Europa Central/del Este ($\chi^2= 16.314$, $p=0.006$).

Tabla 2. Importancia de las variables de impulso y atracción para realizar un intercambio académico

<i>Variables de impulso</i>		<i>Variables de atracción</i>	
Motivaciones	Media	Atributos del destino	Media
Conocer una cultura nueva	4.69	Cultura mexicana	4.26
Conocer personas nuevas	4.61	Ambiente latino	3.83
Cumplir el deseo de vivir en otro país	4.60	Comunidad de estudiantes internacionales en la ciudad	3.44
Ver cosas nuevas	4.52	Oportunidad de practicar el español	3.42
Aprender a adaptarme a lugares desconocidos	4.37	Atractivos naturales de la ciudad	3.26
Salir de la rutina	4.36	Costos para vivir	3.25
Viajar en el destino	4.33	Vida nocturna en la ciudad	3.20
Hacer amigos	4.26	Atractivos culturales de la ciudad	3.02
Ser más independiente	4.18	Bebidas alcohólicas mexicanas	3.00
Mejorar mi CV	3.91	Clima de la ciudad	3.00
Aprender o perfeccionar un idioma	3.90	Seguridad en la ciudad	2.93
Escapar del ambiente de mi hogar	3.60	Nivel educativo de la ciudad	2.93
Obtener un mejor trabajo en mi país	3.45	Es un destino que poca gente elige	2.76
Hacer <i>networking</i>	3.31	Distancia entre México y mi país de origen	2.75
Repetir experiencia de intercambio académico	3.16	Tamaño de la ciudad	2.65

Continúa

<i>Variables de impulso</i>		<i>Variables de atracción</i>	
Recomendaciones de amigos	3.10	Recomendaciones de amigos	2.55
Recomendaciones de mis maestros	2.77	Posición económica de la ciudad	2.48
Apoyo económico de la universidad de mi país	2.74	Distancia entre Monterrey y países vecinos	2.45
Promoción en la universidad en mi país	2.71	Similitud entre mi cultura y la cultura mexicana	2.43
Recomendaciones de familiares	2.58	Opiniones de mis amigos sobre la ciudad	2.38
Apoyo económico del Gobierno de mi país	2.46	Única opción de ciudad	2.33
Cumplir con requisitos para graduarme	2.42	Conocimiento previo de Monterrey	2.29
Aprobar asignaturas con más facilidad	2.37	Trámites de visa para estudiar en México	2.28
Situación laboral en mi país	2.12	Costo de transporte desde mi país hasta Monterrey	2.26
Situación educativa en mi país	1.96	Opciones laborales en la ciudad	2.25
Situación política en mi país	1.80	Similitud de mi idioma con el español	2.10
Situación económica en mi país	1.79	Recomendaciones de familiares	2.06
Media general factores de impulso	3.34	Mismo idioma que el de mi país de origen	2.01
		Opiniones de mis familiares sobre la ciudad	2.01
		Mis amigos viviendo en Monterrey	1.80
		Mis familiares viviendo en Monterrey	1.55
		Media general atributos del destino	2.67
		Atributos de la institución receptora	
		Convenio bilateral entre la universidad de mi país y la universidad receptora	3.98
		Idioma en el que se ofrecen los cursos	3.75
		Revalidación de créditos en mi universidad	3.52
		Apoyo del departamento de estudiantes internacionales de la universidad receptora	3.45
		Prestigio de la universidad	3.37
		Instalaciones del campus	3.29
		Ranking de la universidad	3.29
		Número de cursos ofrecidos en mi área de estudio	3.23
		Temario de cursos ofrecidos	3.23
		Tamaño del campus	3.14
		Equipo tecnológico de la universidad	3.07
		Ubicación del campus	3.00
		Variedad de cursos de idiomas	2.97
		Proceso para ingresar a la universidad	2.83
		Experiencia profesional de los profesores	2.82
		Conocimiento previo de la universidad	2.67
		Evitar requisitos de otros idiomas en la institución	2.61
		Campañas de promoción y marketing de la universidad	2.31
		Opción de alojamiento dentro del campus	2.21
		Media general atributos de la institución receptora	3.09

*(1 = nada importante, 5 = muy importante)

Fuente: Elaboración propia.

4.3 Análisis factorial

Se realizaron tres análisis factoriales exploratorios en los que se usaron los componentes principales y la rotación Varimax en los tres grupos de variables relacionadas con factores de impulso para realizar un intercambio (27), atributos del destino (31) y atributos de la institución receptora (19). Los resultados de cada análisis se muestran en las tablas 3, 4 y 5.

Con una medida de adecuación Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) de 0.792 y prueba de esfericidad de Barlett significativa (2010.656; p: 0.000), 26 motivaciones para realizar un intercambio internacional resultaron en siete factores que explican el 65.08 % de la varianza de todas las variables. Se eliminó la variable “aprender o perfeccionar un idioma”, ya que obtuvo una carga factorial inferior a 0.40. El primer factor, *situación del país de origen*, agrupa las motivaciones de viajar que genera la situación económica, política, educativa y laboral del país de origen del estudiante.

El factor *exploración de lo desconocido* se refiere a las motivaciones relacionadas con viajar y conocer aspectos nuevos del destino, como su cultura y su gente, así como adaptarse a nuevos ambientes. El factor *futuro laboral* agrupa motivaciones relacionadas con el desarrollo de ventajas profesionales. El factor *escape* se asocia con las motivaciones de cambiar el ambiente rutinario que vive el estudiante. *Recomendaciones*, el quinto factor, agrupa las motivaciones que generan las recomendaciones hechas por los amigos, los familiares y los maestros de los estudiantes para realizar un intercambio internacional. *Facilidad para cumplir requisitos académicos* es un factor que agrupa las motivaciones para realizar un intercambio internacional, para aprobar asignaturas con mayor facilidad y cumplir requisitos de graduación. El último factor, *apoyo para realizar un intercambio internacional*, alude a la ayuda financiera que tiene disponible el estudiante para realizar o repetir un intercambio académico en el extranjero.

Tabla 3. Factores de impulso para realizar un intercambio académico internacional

	Importancia	Cargas factoriales	
Factor 1: Situación del país de origen			
Situación económica en mi país	(1.79)	0.913	
Situación política en mi país	(1.80)	0.902	
Situación educativa en mi país	(1.96)	0.857	
Situación laboral en mi país	(2.12)	0.847	
Media factor	(1.91)		
Factor 2: Exploración de lo desconocido			
Conocer una cultura nueva	(4.69)	0.800	
Conocer personas nuevas	(4.61)	0.798	
Ver cosas nuevas	(4.52)	0.735	
Cumplir con el deseo de vivir en otro país	(4.60)	0.660	
Aprender a adaptarme a lugares desconocidos	(4.37)	0.598	
Viajar en el destino	(4.33)	0.577	
Hacer amigos	(4.26)	0.571	
Importancia media factor	(4.48)		

Continúa

	<i>Importancia</i>	<i>Cargas factoriales</i>						
Factor 3: Futuro laboral								
Obtener mejor trabajo en mi país	(3.45)				0.785			
Mejorar mi CV	(3.91)				0.779			
Promoción en la universidad en mi país	(2.71)				0.552			
Hacer <i>networking</i>	(3.31)				0.524			
Importancia media factor	(3.34)							
Factor 4: Escape								
Escapar del ambiente de mi hogar	(3.60)				0.805			
Ser más independiente	(4.18)				0.607			
Salir de la rutina	(4.36)				0.559			
Importancia media factor	(4.04)							
Factor 5: Recomendaciones								
Recomendaciones de amigos	(3.10)					0.832		
Recomendaciones de familiares	(2.58)					0.733		
Recomendaciones de maestros	(2.77)					0.605		
Importancia media factor	(2.81)							
Factor 6: Facilidad para cumplir requisitos académicos								
Cumplir con los requisitos de graduación	(2.42)						0.782	
Aprobar asignaturas con facilidad	(2.37)						0.701	
Importancia media factor	(2.39)							
Factor 7: Apoyo para realizar un intercambio								
Apoyo económico de la universidad de mi país	(2.46)							0.670
Repetir experiencia de intercambio académico	(3.16)							0.622
Apoyo económico del Gobierno de mi país	(2.46)							0.603
Importancia media factor	(2.69)							
Varianza (%): 65.08		14.46	14.20	9.02	7.37	7.11	6.48	6.44

KMO: 0.792; prueba de esfericidad de Barlett: 2010.656; p: 0.000.

Fuente: González et al. (2017).

Los atributos del destino se agrupan en ocho factores que explican el 69.1 % de la varianza total (KMO: 0.826; prueba de esfericidad de Barlett: 27.65.32; p: 0.000). De las 31 variables iniciales se eliminaron dos: “comunidad de estudiantes internacionales en la ciudad”, por tener una carga factorial menor a 0.40, y “similitud de mi idioma con el local (español)”, por tener cargas factoriales cruzadas.

Los ocho factores son *opinión sobre el destino*, que se refiere a las recomendaciones y opiniones de amigos, familiares y propias sobre el destino donde se va a realizar el intercambio académico; *características generales del destino*; *oferta turística*, específicamente los atractivos naturales y culturales del destino; *cultura*; *entretenimiento*, en particular la vida nocturna y la posibilidad de degustar

bebidas alcohólicas tradicionales del destino; *conveniencia*, que se refiere principalmente a los vínculos sociales y familiares del estudiante en el destino, así como a la oportunidad

de trabajar mientras se realiza el intercambio; *entorno*; y *ubicación geográfica* del destino, o la distancia entre el país de origen y el país destino, y del país destino con otros países.

Tabla 4. Factores de atracción del destino

	<i>Importancia</i>	<i>Cargas factoriales</i>		
Factor 1: Opinión sobre el destino				
Recomendaciones de amigos	(2.55)	0.854		
Opiniones de amigos	(2.38)	0.825		
Recomendaciones de familiares	(2.06)	0.809		
Opiniones de familiares	(2.01)	0.788		
Conocimiento previo de Monterrey	(2.29)	0.528		
Importancia media factor	(2.25)			
Factor 2: Características del destino				
Mismo idioma que el de mi país	(2.01)	0.787		
Nivel educativo de la ciudad	(2.93)	0.752		
Similitud entre mi cultura y la cultura mexicana	(2.43)	0.715		
Oportunidad de practicar el español	(3.42)	-.590		
Posición económica de la ciudad	(2.48)	0.589		
Tamaño de la ciudad	(2.65)	0.581		
Costo de transporte hacia el destino	(2.26)	0.522		
Trámites de visa de estudiante	(2.28)	0.516		
Seguridad en la ciudad	(2.93)	0.463		
Importancia media factor	(2.59)			
Factor 3: Oferta turística				
Atractivos naturales	(3.26)		0.765	
Atractivos culturales	(3.02)		0.738	
Importancia media factor	(3.14)			
Factor 4: Cultura				
Ambiente latino	(3.83)		0.881	
Cultura mexicana	(4.26)		0.881	
Importancia media factor	(4.04)			
Factor 5: Entretenimiento				
Vida nocturna en la ciudad	(3.20)		0.830	
Bebidas alcohólicas locales	(3.00)		0.805	
Importancia media factor	(3.10)			

Continúa

	<i>Importancia</i>	<i>Cargas factoriales</i>							
Factor 6: Conveniencia									
Única opción de ciudad	(2.33)							0.629	
Amigos viviendo en Monterrey	(1.80)							0.581	
Familiares viviendo en Monterrey	(1.55)							0.549	
Oportunidad laboral en la ciudad	(2.25)							0.546	
Importancia media factor	(1.98)								
Factor 7: Entorno									
Clima de la ciudad	(3.00)							0.743	
Costos para vivir	(3.25)							0.502	
Importancia media factor	(3.12)								
Factor 8: Ubicación geográfica									
Distancia entre México y mi país	(2.75)								0.848
Distancia entre Monterrey y otros países	(2.45)								0.710
Importancia media factor	(2.60)								
Varianza (%): 69.16		29.30	9.29	8.23	5.37	5.22	4.20	3.89	3.66

KMO: 0.826; prueba de esfericidad de Barlett: 2765.32; p: 0.000.

Fuente: González et al. (2017).

Finalmente, los 19 atributos de la institución receptora se agrupan en cuatro factores que los estudiantes tomaron en cuenta al momento de realizar un intercambio académico internacional (KMO: 0.868; prueba de esfericidad de Barlett: 2030.08; p: 0.000) y que explican el 66.02 % de la varianza total: *calidad de la institución*, en aspectos tangibles del

campus e intangibles, como el prestigio y el posicionamiento académicos; *cursos ofrecidos*; *apoyo de la institución receptora*; y *convenios académicos*, o la relación existente entre la universidad en casa y la del destino para facilitar el intercambio y revalidar créditos académicos.

Tabla 5. Factores de atracción de la universidad

	<i>Importancia</i>	<i>Cargas factoriales</i>	
Factor 1: Calidad de la institución			
Prestigio de la universidad	(3.37)	0.831	
<i>Ranking</i> de la universidad	(3.29)	0.801	
Instalaciones del campus	(3.29)	0.769	
Equipo tecnológico de la universidad	(3.07)	0.765	
Tamaño del campus	(3.14)	0.737	
Conocimiento previo de la universidad	(2.67)	0.723	
Ubicación del campus	(3.00)	0.619	
Experiencia profesional de los profesores	(2.82)	0.565	
Importancia media factor	(3.08)		

Continúa

	<i>Importancia</i>	<i>Cargas factoriales</i>			
Factor 2: Cursos ofrecidos					
Número de cursos ofrecidos en mi área de estudio	(3.23)		0.773		
Idioma en el que se ofrecen los cursos	(3.75)		0.726		
Variedad de cursos de idiomas	(2.97)		0.693		
Temario de los cursos ofrecidos	(3.23)		0.617		
Evitar requisitos de otros idiomas en la institución	(2.61)		0.531		
Importancia media factor	(3.15)				
Factor 3: Apoyo de la institución receptora					
Campañas de promoción y <i>marketing</i> de la universidad receptora	(2.31)			0.787	
Opción de alojamiento dentro del campus	(2.21)			0.756	
Proceso de ingreso a la universidad	(2.83)			0.688	
Apoyo del departamento de estudiantes internacionales de la universidad receptora	(3.45)			0.617	
Importancia media factor	(2.70)				
Factor 4: Convenios académicos					
Convenio bilateral entre la universidad de mi país y la universidad receptora	(3.98)				0.758
Revalidación de créditos en mi universidad	(3.52)				635
Importancia media factor	(3.75)				
Varianza total (%): 66.02		26.97	15.12	14.29	9.64

KMO: 0.868; prueba de esfericidad de Barlett: 20.30.08; p: 0.000.

Fuente: González et al. (2017).

4.5 Comportamiento turístico del estudiante de intercambio

Los estudiantes internacionales en Monterrey son un segmento que participa en la actividad turística durante su estancia académica (tabla 6). Casi la totalidad (98.8 %) de los estudiantes que participaron en el estudio realizaron viajes en México durante su estancia: 21.7% hicieron entre uno y tres viajes, 50.3% efectuaron entre cuatro y siete viajes, y 28% llevó a cabo ocho viajes o más. Los estudiantes internacionales visitaron varias ciudades durante sus viajes: casi la mitad (42.8 %) de los participantes visitó ocho o más ciudades durante su estancia académica; 41 %, entre cuatro y siete ciudades; y 16.1 %, entre una

y tres ciudades. Los tipos de destinos más visitados por los estudiantes internacionales fueron los culturales (85.3 % de los alumnos que viajaron visitaron este tipo de destino), de naturaleza (75.9%) y sol y playa (75.2 %); los destinos de entretenimiento, gastronómicos y ecoturísticos fueron los menos visitados (28 %, 26.1 % y 18 %, respectivamente). Aunque no se encontraron diferencias estadísticamente significativas, es importante resaltar ciertas tendencias por región de origen del turista: los estudiantes de la región Asia-Pacífico fueron los que realizaron un menor número de viajes (53.8 %, entre uno y tres viajes) y visitaron menos ciudades durante su estancia académica (61.5 %, entre una y tres ciudades); por otra parte, Europa

Occidental fue la región cuyos estudiantes fueron los que hicieron visitas en mayor porcentaje: visitaron ocho o más ciudades durante su estancia académica.

La gran mayoría de los estudiantes organizó sus propios viajes (88.20 %) y casi la mitad (57.8 %) también participó en viajes organizados por grupos estudiantiles; solo el 12.4 % de los estudiantes reportaron haber utilizado agencias de viajes para organizar algún recorrido en México. Las recomendaciones de amigos y familiares (69.6 %), las páginas web (68.9 %), las redes sociales (50.3 %) y las oficinas y organizaciones de apoyo a estudiantes internacionales (44.7 %) fueron las principales fuentes para obtener información sobre un destino. En cuanto al comportamiento de viaje, la gran mayoría

de los estudiantes internacionales viajaron principalmente con amigos (92.5 %), mientras que el resto lo hicieron solos (14.9 %), con su pareja (12.40 %) o con familiares (9.30 %). Los medios de transporte más utilizados para viajar por México fueron el avión (85.1 %) y el autobús (81.4 %). Los tipos de alojamiento preferidos fueron los hostales (71.4 %), los hoteles (60.2 %) y *Airbnb* (59 %). Por último, el 18 % de los estudiantes que participaron en esta investigación gastaron menos de MXN 3.000 (USD 168) por viaje realizado durante su estancia en México; 49.1% tuvieron un gasto por viaje entre MXN 3.001 y MXN 5.000 (USD 168 y USD 280); 24.8 % gastaron entre MXN 5.001 y MXN 8.000 (USD 280 y USD 450) y solo el 8.1 % gastaron más de MXN 8.000 (USD 450) por viaje realizado.

Tabla 6. Comportamiento turístico de los estudiantes internacionales

<i>Variable</i>	<i>%</i>	<i>Variable</i>	<i>%</i>
Viajes en México		Cantidad de dinero gastado por viaje	
Estudiantes internacionales que realizaron viajes en México durante su estancia	98.00	3.000 MXN o menos	18.0
		De 3.001 MXN a 5.000 MXN	49.1
		De 5.001 MXN a 8.000 MXN	24.8
		8.000 MXN o más	8.1
Número de viajes		Organización de viajes	
1 a 3	21.7	Por su propia cuenta	88.2
4 a 7	50.3	Paquete de viajes de grupos estudiantiles	57.8
8 o más	28.0	Agencias de viajes particulares	12.4
		Otro	1.20
Número de ciudades visitadas		Medio de transporte	
1 a 3	16.1	Avión	85.1
4 a 7	41.0	Autobús	81.4
8 o más	42.9	Auto rentado	44.7
		Auto de un amigo/familiar	27.3
		Otro	0.60
Personas con quienes realizaron sus viajes		Tipo de alojamiento	
Con amigos	92.5	Hostales	71.4
Solo	14.9	Hoteles	60.2

Continúa

<i>Variable</i>	<i>%</i>	<i>Variable</i>	<i>%</i>
Con pareja	12.4	<i>Airbnb</i>	59.0
Con familia	9.3	Casa de amigos/familiares	29.2
Otro	5.0	Campamentos	18.0
		<i>Resorts</i>	6.2
		<i>Couch surfing</i>	5.0
		Otro	1.2
Tipos de destino		Medios de información utilizados para conocer los lugares turísticos visitados	
Sol y playa	75.2	Información de amigos/familiares	69.6
Urbano	62.7	Páginas web	68.9
Cultural	86.3	Redes sociales	50.3
Naturaleza	79.5	Oficinas/organizaciones de apoyo para estudiantes internacionales	44.7
Aventura	55.9	Información de comunidad local	37.3
Gastronomía	26.1	Libros turísticos	21.7
Entretenimiento	28.0	Apps especializadas	11.8
Ecoturismo	18.0	Otro	2.50
Otro	0.60		

Fuente: González et al. (2017).

5. Discusión

Ciento sesenta y tres estudiantes internacionales que realizaron su intercambio académico en tres universidades de la ciudad de Monterrey participaron en este estudio, cuyo principal objetivo fue analizar el segmento de estudiantes internacionales que escogieron esta ciudad como destino para llevar a cabo un intercambio académico de corta duración. Las nacionalidades de estos estudiantes concuerdan con las estadísticas de movilidad estudiantil internacional de México recopiladas por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) para 2013-2014: la mayoría de los estudiantes internacionales que recibe Monterrey son europeos, especialmente franceses, alemanes y españoles, seguidos de estudiantes latinoamericanos, en particular, colombianos. La región con menos representación es la de Asia-Pacífico, a pesar de que

países como China e India son los que más tienen estudiantes realizando sus estudios en el extranjero.

Para cumplir el objetivo general de la investigación, se propuso identificar los factores que impulsaron a estos estudiantes a realizar un intercambio académico en el extranjero y los factores de la ciudad y de la institución académica que consideraron importantes al momento de elegir el destino para efectuar su intercambio. Los factores de impulso se agruparon en siete factores, de los cuales “exploración de lo desconocido” y “escape” fueron considerados de mayor importancia por los alumnos internacionales de Monterrey; este resultado corrobora el estudio de Nyaupane et al. (2011) sobre las motivaciones de estudiantes estadounidenses que deciden realizar un viaje de estudios al Pacífico. El factor al cual los alumnos le dieron menos importancia fue la situación del país de

origen, lo que se puede deber a que más del 60 % de los estudiantes son originarios de países desarrollados; Maringer y Carter (2007) argumentan que la situación del país de origen influye en mayor medida en los estudiantes provenientes de países en vías de desarrollo. La motivación de mejorar los prospectos laborales, en contraste con los estudios de Eder et al. (2010) y Griner y Sobol (2014), resultó de mediana importancia en este estudio, al igual que las recomendaciones de amigos y familiares de realizar un intercambio en el extranjero. Maldonado et al. (2016) mencionan que la inseguridad en México ha afectado de manera significativa la recepción de estudiantes internacionales en el país, sin embargo, los resultados de la investigación muestran que los estudiantes internacionales consideran de poca importancia la seguridad del destino.

Los atributos del destino considerados importantes para la elección de un destino académico se agruparon en ocho factores, de los cuales la cultura fue la de mayor importancia para los estudiantes internacionales, seguida de la oferta turística. Un hallazgo notable fue el factor entretenimiento: los estudiantes, especialmente del sexo masculino, estiman importante la vida nocturna y la oportunidad de degustar bebidas alcohólicas en los destinos donde planean realizar su intercambio académico. La conveniencia, es decir, el tener vínculos de amigos y familiares en la ciudad, así como las oportunidades de trabajar mientras se estudia, fueron los factores menos importantes al momento de elegir el destino.

Los atributos de la institución receptora se agruparon en cuatro factores, de los cuales convenios académicos resultó de mayor importancia para los estudiantes, superando a la calidad de la institución receptora y a los cursos ofrecidos por esta. Este resultado contrasta con los estudios de Maringer y Carter (2007) y Walkins y Huisman (2011), que encontraron que la calidad de la institución

receptora es uno de los factores de atracción más importantes en el turismo académico.

Como indica la literatura, los estudiantes internacionales viajan, y por medio de sus viajes contribuyen a la economía de los destinos. El 98 % de los estudiantes viajaron durante su intercambio, 80.3 % de ellos realizaron más de cuatro viajes y 83.8 % visitaron mínimo cuatro ciudades durante sus viajes; los destinos más visitados fueron los culturales y de naturaleza. Resalta en este estudio el rol de las oficinas y de las organizaciones de apoyo a estudiantes internacionales como fuente de información turística. Esta investigación también evidencia la popularidad de *Airbnb* como opción de alojamiento para el 59 % de los estudiantes que viajan.

Las implicaciones prácticas de este estudio son varias. En primer lugar, se pudo establecer un posicionamiento de Monterrey como destino académico entre estudiantes europeos y latinoamericanos, sin embargo, se deben realizar esfuerzos de atracción de estudiantes de la región Asia-Pacífico. Esto se puede lograr mediante convenios bilaterales entre universidades que faciliten la inserción y la revalidación de créditos académicos, así como también enfatizando las ventajas de practicar el idioma español, atributo que resultó importante al momento de elegir a Monterrey como destino.

En segundo lugar, dado que la cultura fue un motivador para realizar un intercambio y factor de atracción para escoger el destino, las oficinas de programas internacionales pueden ofrecer cursos con contenido cultural que complementen la oferta académica disponible para los estudiantes y actividades extracurriculares que permitan un acercamiento de los estudiantes a la cultura local. De igual manera, las oficinas de apoyo a estudiantes internacionales pueden hacer alianzas con agencias de viajes para ofrecer, por intermedio de la universidad, experiencias turísticas

de calidad de acuerdo con las preferencias y el presupuesto de los estudiantes. También se recomienda un acercamiento con los estudiantes provenientes de Asia-Pacífico para explorar sus necesidades y preferencias de viaje y/o las barreras que les impiden realizar un mayor número de viajes, ya que este grupo fue el menos activo desde el punto de vista turístico durante su estancia académica.

6. Conclusiones

Gracias a su cultura y oferta académica de calidad, México y otros destinos latinoamericanos tienen el potencial para atraer un número considerable de estudiantes internacionales, que para 2025 se estima será de 8 millones; sin embargo, es poca la investigación que se ha realizado en torno al turismo académico en Latinoamérica. Este estudio permite conocer las motivaciones que impulsan a los estudiantes a realizar un intercambio académico en el exterior, así como los atributos del destino y de la institución receptora que se consideran importantes para elegir el destino académico. Además, se explora el comportamiento turístico del estudiante internacional durante su estancia académica, lo que permite reafirmar la relevancia de este segmento en la economía local. Por último, es importante hacer explícitas las limitaciones del presente estudio. La muestra de estudiantes que participaron fue determinada por juicio y representa las perspectivas de un grupo de estudiantes que eligieron a Monterrey destino académico, lo que impide la generalización de los resultados de esta investigación para todos los estudiantes internacionales que escogieron a México u otro país latinoamericano para llevar a cabo su intercambio. Además, la invitación a participar en el estudio se hizo, entre otros, por medio de las oficinas de programas internacionales de las universidades, lo que pudo haber afectado las respuestas de los estudiantes. Se recomienda efectuar estudios similares en otros destinos académicos del país para fortalecer la información sobre

este segmento, de manera que se puedan crear estrategias más específicas y conducentes a la atracción de este segmento e investigaciones que determinen la satisfacción del estudiante con diferentes aspectos de su intercambio académico.

Agradecimientos

Las autoras desean expresar sus agradecimientos a las licenciadas Marifer Flores, Ana Luisa González y Bárbara Villanueva por su contribución a la recolección y al análisis de datos para la elaboración de este proyecto.

Referencias bibliográficas

- Bodycott, P. (2009). Choosing a higher education study abroad destination: What mainland Chinese parents and students rate as important. *Journal of Research in International Education*, 8(3), 349-373. DOI: 10.1177/1475240909345818
- Carr, N. y Axelsen, M. (2005). Sightseeing: An integral component of the study abroad experience. *Interdisciplinary Journal of Tourism*, 53(1), 77-83.
- Chiche-Portiche, O. (2017). *Panorama de la movilidad estudiantil en América Latina*. Recuperado de http://www.iesalc.unesco.org.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=2729:panorama-de-la-movilidad-estudiantil-en-america-latina&catid=194&Itemid=746
- Crompton, J. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424. DOI: 10.1016/0160-7383(79)90004-5
- Cubillo, J. M., Sánchez, J. y Cerviño, J. (2006). International students' decision-making process. *International Journal of Educational Management*, 20(2), 110-115. DOI: 10.1108/09513540610646091
- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194. DOI: 10.1016/0160-7383(77)90037-8

- Deloitte Access Economics. (2015). *The value of international education to Australia*. Australia: Autor. Recuperado de <https://internationaleducation.gov.au/research/research-papers/Documents/ValueInternationalEd.pdf>
- Eder, J., Smith, W. W. y Pitts, R. E. (2010). Exploring factors influencing student study abroad destination choice. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 10(3), 232-250. DOI: 10.1080/15313220.2010.503534
- Field, A. M. (1999). The college student market segment: A comparative study of travel behaviors of international and domestic students at a southeastern university. *Journal of Travel Research*, 37(4), 375-381. DOI: 10.1177/004728759903700407
- Gardiner, S., King, B. y Wilkins, H. (2013). The travel behaviours of international students: Nationality-based constraints and opportunities. *Journal of Vacation Marketing*, 19(4), 287-299. DOI: 10.1177/1356766712471233
- González, A. L., Villanueva, B., Quintanilla, D. y Flores, M. (2017). *Turismo académico. Un análisis del segmento de estudiantes internacionales en Monterrey, México* (Tesis de licenciatura). Universidad de Monterrey, México.
- Griner, J. y Sobol, A. (2014). Chinese student's motivations for studying abroad. *The Global Studies Journal*, 7(1), 2-14.
- Group of Eight Australia. (2014). *Policy note: International students in higher education and their role in the Australian economy*. Recuperado de https://go8.edu.au/sites/default/files/docs/publications/international_students_in_higher_education_and_their_role_in_the_australian_economy.pdf
- Hsu, C. y Sung, S. (1997). Travel behaviors of international students at a Midwestern University. *Journal of Travel Research*, 36(1), 59-65. DOI: 10.1177/004728759703600109
- Hughes, K., Wang, J. y Shu, M. (2015). Exploring the travel patterns, preferences and recommendations of Chinese university students living in Australia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 23, 12-22. DOI: 10.1016/j.jhtm.2015.03.002
- Institute of International Education (IIE). (2015). *A quick look at international mobility trends*. Recuperado de <http://classof2020.nl/wp-content/uploads/2015/02/Global-HE-Mobility-2015-Project-Atlas.pdf>
- Kelly, U. y McNicoll, L. (2014). *The impact of universities on the UK economy*. Londres: Universities UK. Recuperado de <https://www.universitiesuk.ac.uk/policy-and-analysis/reports/Documents/2014/the-impact-of-universities-on-the-uk-economy.pdf>
- Kim, K. y Jogaratnam, G. (2003). Activity preferences of Asian international and domestic American university students: An alternate basis for segmentation. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 260-270. DOI: 10.1177/135676670300900305
- King, B. y Gardiner, S. (2015). Chinese international students. An avant-garde of independent travellers. *International Journal of Tourism Research*, 17(2), 130-139. DOI: 10.1002/jtr.1971
- Lesjak, M., Juvan, E., Ineson, E. M., Matthew, H., Yap, T. 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
- Maldonado, A., Cortés, C.I. e Ibarra, B. (2016). PATLANI. *Encuesta mexicana de movilidad internacional estudiantil, 2012/13 y 2013/14*. México. D. F.: Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Estudios Superiores.
- Maringe, F. y Carter, S. (2007). International students' motivations for studying in UK HE: Insights into the choice and decision making

- of African students. *International Journal of Educational Management*, 21(6), 459-475. DOI: 10.1108/09513540710780000
- Mazzarol, T. y Soutar, G.N. (2002). "Push-pull" factors influencing international student destination choice. *The International Journal of Educational Management*, 16(2), 82-90. DOI: 10.1108/09513540210418403
- Michael, I., Armstrong, A. y King, B. (2004). The travel behaviour of international students: The relationship between studying abroad and their choice of tourist destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 10(1), 57-66. DOI: 10.1177/135676670301000106
- Mohammad, B. y Som, A. (2010). An analysis of push and pull travel motivations of foreign tourists to Jordan. *International Journal of Business and Management*, 5(12), 41-50.
- NAFSA. (2016). *The United States of America: Benefits from international students*. Recuperado de http://www.nafsa.org/_/File/_/econvalue2017_natl.pdf
- Nyaupane, G. P., Paris, C. M. y Teye, V. (2011). Study abroad motivations, destination selection and pre-trip attitude formation. *International Journal of Tourism Research*, 13(3), 205-217. DOI: 10.1002/jtr.811
- OECD. (2013). *Education indicator in focus: How is international mobility shaping up?* Recuperado de [http://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/EDIF%202013--N%C2%B014%20\(eng\)-Final.pdf](http://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/EDIF%202013--N%C2%B014%20(eng)-Final.pdf)
- Pawlowska, E. (2011). *El turismo académico: un análisis económico para el caso de Galicia* (Tesis doctoral). Universidad de Santiago de Compostela, España. Recuperada de https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/3376/9788498877243_content.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Payne, K. A. (2010). *International students as domestic tourists in New Zealand. A study of travel patterns, behaviours, motivations and expenditure* (Tesis de maestría). Southern Cross University, New Zealand. Recuperada de <http://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1176&context=theses>
- Pimpa, N. (2004). The relationship between Thai students' choices of international education and their families. *International Education Journal*, 5(3), 352-359. Recuperado de <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ903860.pdf>
- Ritchie, B. (2003). *Managing educational tourism*. Clevedon, UK: Channel View Publications.
- UNESCO. *Global flow of tertiary-level students*. Recuperado de <http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow>
- Wilkins, S. y Huisman, J. (2011). International student destination choice: The influence of home campus experience on the decision to consider branch campuses. *Journal of Marketing for Higher Education*, 21(1), 61-83. DOI: 10.1080/08841241.2011.573592