



Facultat de Ciències Jurídiques i Econòmiques

**Grau en Turisme**

# **LA ACTIVIDAD DEPORTIVA COMO MOTIVACIÓN DEL VIAJE TURÍSTICO**

**Trabajo de Fin de Grado**

Autor: Gerard Hernando Escuriola

Tutora: Dra. Obdulia Monteserín Abella

## **Resumen**

Existe un potencial segmento de turistas integrado por jóvenes deportistas que desean complementar su actividad deportiva profesional con los estudios universitarios. Los convenios entre universidades españolas y extranjeras son una oportunidad para los desplazamientos turísticos, donde la expectativa de vivir una experiencia única constituye una de las principales motivaciones para realizar el viaje. En este sentido, el TFG intenta analizar la dimensión turística de estos desplazamientos centrándose en el caso de los viajes que se realizan a través de intermediarios entre las universidades valencianas y estadounidenses. Se trata de un mercado creciente favorecido por las becas a deportistas para competir deportivamente a un rendimiento alto y obtener una formación académica de prestigio.

Las encuestas realizadas arrojan que aquellos que han realizado la movilidad se han encontrado con una experiencia única. Como conclusión destaca el beneficio que se les ofrece tanto al turista como al destino turístico, y la intromisión de Europa en este tipo de becas.

## **Palabras Clave**

Turismo , deporte, estudios, motivación,

## **Resumen**

Existeix un potencial segment de turistes integrat per joves esportistes que desitgen complementar la seua activitat esportiva professional amb els estudis universitaris. Els convenis entre universitats espanyoles i estrangeres són una oportunitat per als desplaçaments turístics, on l'expectativa de viure una experiència única constitueix una de les principals motivacions per a realitzar el viatge. En aquest sentit, el TFG intenta analitzar la dimensió turística d'aquests desplaçaments centrant-se en el cas dels viatges que es realitzen a través d'intermediaris entre les universitats valencianes i estatunidenques. Es tracta d'un mercat creixent afavorit per les beques a esportistes per a competir esportivament a un rendiment alt i obtindre una formació acadèmica de prestigi.

Les enquestes realitzades llancen que aquells que han realitzat la mobilitat s'han trobat amb una experiència única. Com a conclusió destaca el benefici que se'ls ofereix tant al turista com a la destinació turística, i la intromissió d'Europa en aquesta mena de beques.

## ÍNDICE

|      |   |    |
|------|---|----|
| 1.   | Introducción  | 5  |
| 1.1. | Justificación   | 5  |
| 1.2. | Objetivos y metodología   | 6  |
| 2.   | Marco de referencia de la investigación   | 9  |
| 2.1. | Factores para la definición del turista de deportes   | 9  |
| 2.2. | Factores para la definición del turista de estudios.  | 10 |
| 3.   | Flujos turísticos motivados por estudios y actividades deportivas en el mundo   | 14 |
| 3.1. | Los viajes deportivos y de estudios   | 14 |
| 3.2. | El impacto del COVID-19 en los desplazamientos por motivo de estudios y deporte   | 16 |
| 4.   | La oferta de turismo deportivo y de estudios entre España y EEUU  | 18 |
| 4.1. | La combinación del turismo deportivo y educativo en la oferta de formación  | 18 |
| 4.2. | Los programas de movilidad de España  | 20 |
| 4.3. | Los programas de movilidad de EEUU  | 22 |
| 5.   | Análisis de los desplazamientos motivados por deportes y estudios en la Comunitat Valenciana como centro emisor y receptor de turismo | 24 |
| 5.1. | El producto turístico motivado por deporte y estudios en la Comunitat Valenciana  | 24 |
| 5.2. | Análisis de los desplazamientos en Comunitat Valenciana como centro emisor y receptor de turismo motivado por deportes y estudios     | 26 |
| 6.   | Conclusiones  | 31 |
| 7.   | Referencias bibliográficas  | 33 |
| 8.   | Anexos  | 35 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |         |
|---|---------|
| Figura 1. Mapa conceptual del turismo .....   | pág. 11 |
| Figura 2. Perfil de la audiencia de Instagram en 2020.....  | pág. 12 |
| Figura 3. Perfil de la audiencia de Facebook en 2020.....   | pág. 13 |
| Figura 4. Número de estudiantes internacionales según el tipo de movilidad, zona y región en 2017-2018.....       | pág.15  |
| Figura 5. Llegadas internacionales en 2020 por regiones turísticas OMT.....                                       | pág.17  |
| Figura 6. Principal motivo del viaje de españoles y americanos en tanto %.....                                    | pág. 27 |
| Figura 7. Media según la puntuación sobre como ha contribuido la estancia en otro destino de manera personal..... | pág. 27 |
| Figura 8. Frecuencia respecto a la realización diferentes actividades durante la estancia...                      | pág 28  |
| Figura 9. Como ha ayudado el intermediario a los turistas.....  | pág 29  |

# 1. Introducción

## 1. Justificación

El interés por el tema elegido está relacionado con la inquietud personal por el deporte y mi dedicación a este. He practicado deporte desde muy temprana edad, a nivel semi-profesional en el fútbol. Este hecho unido a mi formación en estudios de Grado de Turismo ha derivado en la creación de dos marcas relacionadas con el deporte, si bien ambas son de naturaleza extraescolar. La primera, llamada *Futshuku*, se centra en la mejora individual del fútbol, y la segunda, *Qiu Esports*, consiste en una academia de multideporte que tiene como objetivo la práctica deportiva y la diversión de los más jóvenes en el ámbito territorial rural.

La experiencia de realizar estudios y viajar a otros países bajo esta relación de estudios y deporte ha sido muy importante para delimitar el tema de estudio. Por esta razón el TFG se centra en el estudio de los viajes motivados por el deporte y los viajes de estudios, analizando la relación entre ambos conceptos y motivaciones, y en la relación con los viajes y la oferta turística en torno al deporte y los estudios a nivel superior, en el extranjero.

La investigación sobre la combinación entre el turismo deportivo y el turismo de estudios nos lleva a un perfil muy específico de turista, cada vez más habitual y con más facilidad de acceder a nuevas oportunidades. Muchas veces nos hemos encontrado casos en los que un deportista debe decidir entre continuar con sus estudios y su carrera académica, o seguir tratando de alcanzar sus objetivos deportivos. Esta situación conlleva a la decisión de dejar una alternativa o conseguir una oportunidad en otro destino que permita la consecución de ambas.

Por un lado, observamos el crecimiento del turismo motivado por estudios a lo largo de los últimos años. Ese incremento se ve favorecido por las nuevas oportunidades que han surgido a través de las universidades, las cuáles han apostado por fomentar el turismo

para enriquecer la educación de cada país lanzando ofertas de movilidad para los estudiantes, también se ve favorecido por las nuevas tecnologías como la digitalización del sector turístico y el crecimiento en el mundo del transporte. La consecuencia de este incremento es la creación de la necesidad de viajar y hacer turismo a gran parte de la sociedad. No obstante, este crecimiento, así como el número de viajes por motivos de estudios y deporte al extranjero, se ha visto truncado por la pandemia relacionada con el COVID-19.

Por otro lado, centrándonos en el ámbito deportivo, observamos que existe una mayor concienciación respecto a mejorar la situación educativa y profesional de los deportistas, a través de ideas basadas en el derecho de los deportistas al acceso de oportunidades educativas y profesionales, y a la vez obteniendo así un mejor desempeño de sus capacidades deportivas.

Así, a través de la unión entre la carrera académica y la carrera deportiva surgen oportunidades de atraer estudiantes por parte de algunas universidades, a través de becas deportivas. Las becas se dirigen a un público joven, por tanto, atraen turistas jóvenes y favorecen un turismo de calidad en los destinos ofertados.

Este perfil de turista suele crear un vínculo con el lugar, debido a que son estancias largas, y que en un futuro puede atraer a amigos/as, familiares mostrando los lugares que conoce o sus propias experiencias. También, incluso, pudiendo generar viajes turísticos desde el lugar donde residirá temporalmente, motivados por ocio, sobre todo, al finalizar su etapa como deportista-estudiante.

## **1.2 Objetivos y metodología**

Para la selección del caso de estudio se ha tenido en cuenta mi experiencia personal en el sector y el interés por conocer el funcionamiento de la actividad turística generada por los deportistas-estudiantes, tanto en el turismo emisor, como en el receptor de la Comunidad Valenciana.

Se ha querido observar que posibilidades existen si se practica deporte a nivel semi-profesional y a la vez se compagina con los estudios, que solución se le da a esta cuestión, ya que aparecen barreras que frenan una de las dos carreras, y en ocasiones se debe priorizar sobre una de las dos alternativas.

El objetivo general que tiene el TFG es el estudio de los viajes motivados por el deporte y su asociación con los estudios universitarios en el extranjero, analizando la relación entre ambos conceptos y motivaciones, y en relación con los viajes turísticos y la oferta turística en torno al producto deportivo-formativo.

De manera concreta tomamos como objetivo principal conocer la actividad turística generada por los deportistas-estudiantes, tanto en el turismo emisor, como en el receptor. Además, algunos de los objetivos específicos son:

- Conocer el perfil del consumidor de este tipo de producto (deportivo-estudios)
- Conocer, de forma específica, las motivaciones del viaje para establecer las relaciones entre ambas
- Analizar los flujos de viajes entre el mercado emisor y receptor, entre EEUU y España
- En relación con el objetivo anterior, conocer el impacto del COVID-19 en los viajes motivados por deporte-estudios
- Analizar la estructura y características de la oferta turística asociada a este tipo de viajes
- Qué beneficios existen tanto para el turista como para el destino turístico

A nivel metodológico, se realiza un estudio analítico descriptivo para definir el marco de referencia e interpretación conceptual del TFG, relacionado con la tipología de viajes y motivaciones. A partir de la definición de los términos se intenta realizar una aproximación del caso de las universidades valencianas y su representatividad y evolución con respecto a lo viajes motivados por deporte-estudios universitarios.

Además de las fuentes bibliográficas, especialmente, las Recomendaciones internacionales de estadísticas de turismo (RIET) (OMT, 2018) que se han tomado como referencia para la definición de tipología de viajes y motivaciones y de acuerdo a la clasificación de M. Díaz. & J. García (2015) se ha elaborado un cuestionario para obtener datos acerca del perfil de este tipo de consumidor, sobre como actúa en el destino de la movilidad y los beneficios que obtiene al realizarla, otras informaciones relativas al gasto turístico del turista y como repercute en el sector turístico del destino así como también se han analizado la información de las bases de datos de la academia Eture Sports, dedicada a la intermediación de deportistas que mayoritariamente se dedica al mercado español y el de los Estados Unidos.



## **2. Marco de referencia de la investigación**

### **2.1 Factores para la definición del turista de deportes**

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Hasta ahora nos hemos referido al consumidor de productos de viajes por motivos deportivo-estudios como viajero, sin embargo, este tipo de viajes también están relacionados con actividades turísticas. Para el análisis del trabajo es necesario abordar el turismo deportivo con el objetivo de tener una visión más clara sobre que es el turismo deportivo, conocer a que turistas se les incluye dentro de esta tipología de turismo, así como las especificaciones que existen.

Una de las últimas definiciones que se han realizado del concepto de turismo deportivo es la de Standeven & De Knop (1999), en el estudio se define al turismo deportivo como “todas las formas activas o pasivas de la actividad deportiva, participando casualmente o de forma organizada, bien sea por razones comerciales o de negocios o no, pero que necesariamente implique un viaje fuera del lugar habitual de residencia o trabajo” (Standeven & De Knop, citado en M. Díaz & J. García, 2015, p.23).

Según M. Díaz y J. García (2015), se puede establecer la siguiente clasificación para diferenciar entre distintos niveles y formas de turismo deportivo:

- ❖ Turismo deportivo de eventos, se refiere a los visitantes que visitan una ciudad o región con el propósito de ver los acontecimientos deportivos que allí se están llevando a cabo.
- ❖ Turismo deportivo de celebridades se refiere a dos áreas concretas. Por un lado, incluye todas esas visitas y viajes que se realizan con la intención de acudir a

museos, salones y todo tipo de lugares relacionados con el deporte, y por otro también incluye las visitas a lugares vacacionales a los que también van famosos deportistas, con la intención de encontrarse con ellos.

- ❖ Turismo deportivo activo es aquel que se refiere al que realizan las personas con la intención de practicar alguna actividad deportiva. Muchas personas viajan a lugares en los que las instalaciones son mejores para un tipo de deporte, existe una afición especial en dicha región o simplemente el paisaje es más agradable (Díaz García, 2015, p. 23).

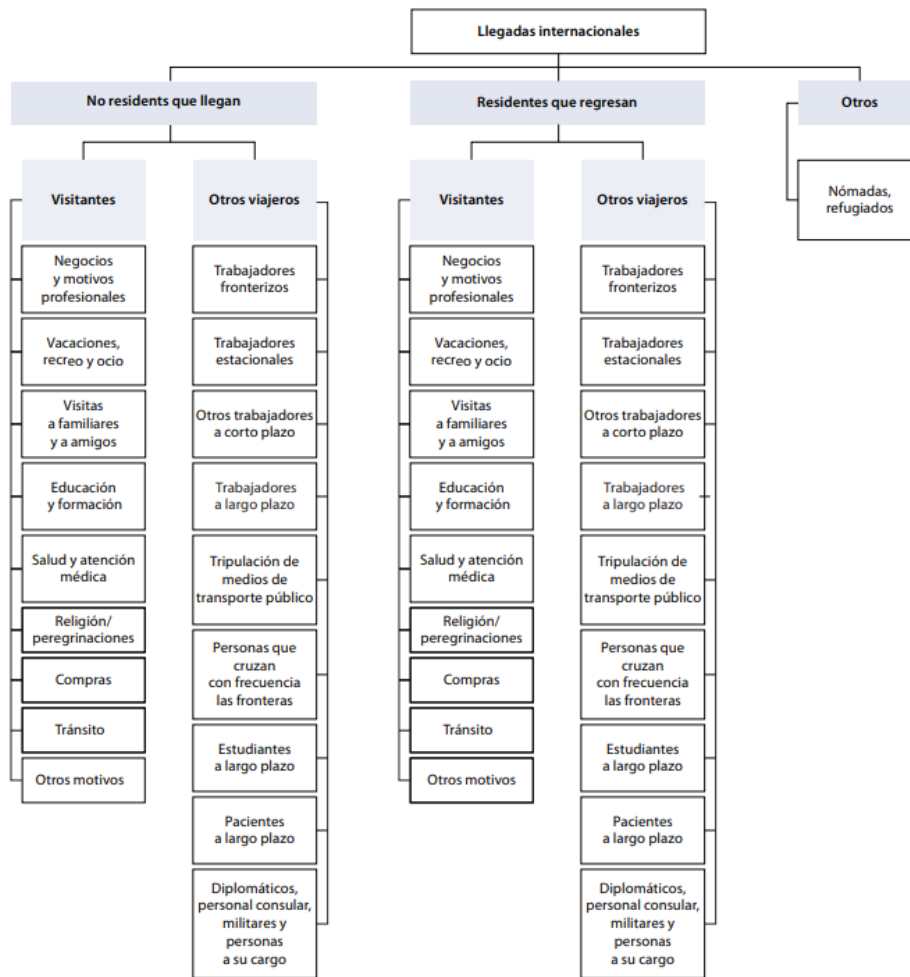
De acuerdo con nuestro planteamiento inicial, nos centramos en el tercer tipo, en el turismo deportivo activo, en el cual es practicado el deporte por parte del turista, en concreto en estancias largas realizadas por aquellos jóvenes que deciden salir de casa para practicar un deporte y a la vez poder continuar con sus estudios.

## **2.2. Factores para la definición del turista de estudios**

Unido al turismo deportivo se halla el turista de estudios, que son indisociables en este planteamiento. En este sentido, según las normas de la OMT encontramos diferencias entre **turista visitante y residentes**. En el primer caso, es una persona que viaja a un destino diferente al de su residencia habitual, por duración inferior a un año continuo, con cualquier finalidad que no sea la de ser empleado por una empresa residente en el país. Mientras que consideran **residentes** a las personas cuyo centro de interés económico predominante está ubicado en el país en cuestión. (OMT, 2021).

Por lo tanto, entendemos que un estudiante nunca deja de ser turista, siempre que vuelva a su lugar habitual de residencia dentro del periodo de un año y esporádicamente durante este. Por otro lado, si este estudiante, decide quedarse en el nuevo destino y su centro de interés económico predominante pasa a ser ubicado en el nuevo lugar pasaría a ser residente de ese destino (Figura 1).

Figura 1. Mapa conceptual del turista



Fuente: OMT, 2018, p. 20

Los potenciales viajeros proceden del ámbito educativo y constituyen población joven. Este grupo de población generalmente está dispuesto a viajar, encontrándose en situaciones de escasa responsabilidad familiar o económica.

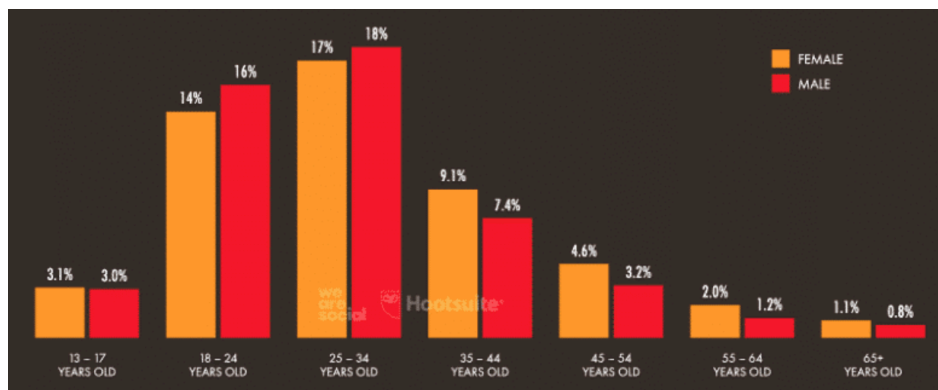
Tras analizar y estudiar el turismo de estudios se ha realizado una diferenciación entre el turismo de estudios en estancias de corta y larga duración:

- ❖ Viajes de estudios de estancias cortas: Son los que se realizan con el instituto o la universidad para realizar una estancia corta, en las cuáles se hacen visitas rápidas a museos, monumentos, etc... También encontramos cursos intensivos o específicos de un área en concreto y de corta duración.

- ❖ Turismo de estudios de estancias largas: Estas son las realizadas por aquellos y aquellas que quieren irse a una ciudad, ajena de la suya propia para estar durante un tiempo limitado dentro de 1 año consecutivo, pudiendo ser para aprender un idioma (turismo idiomático), sacarse un título, realizar un Erasmus, sacarse 1 carrera, realizar un curso intensivo, etc. Todos ellos proporcionan a la persona una experiencia turística en la cual pueden llegar a la repetición de este viaje para visitar amigos o bien para mostrar el entorno a otros a través de sus propias experiencias turísticas. Este tipo de turismo implica una relación socio-cultural alta, debido a que la estancia es más larga y da la posibilidad a los estudiantes de integrarse en el día a día de la sociedad de ese lugar, esto provoca una fidelización mucho mayor y una experiencia más completa.

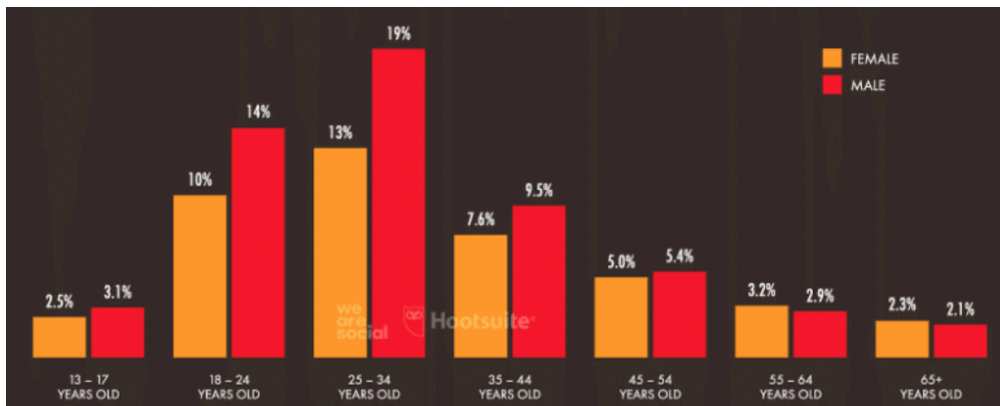
El turista de estudios es generalmente fácilmente sensible a los mensajes transmitidos desde las distintas redes sociales. Estas desempeñan un papel muy importante en las decisiones y expectativas del potencial turista y debemos considerar que se trata de un público consumidor joven (Figuras 2 y 3) muy conectado y participativo en las redes pudiendo incluso influenciar, una vez realizada la estancia en otros y otras jóvenes. Los lugares visitados y actividades realizadas mostradas y, en ocasiones, realizadas, a los amigos de Facebook o Instagram, creando así una imagen del lugar, positiva o negativa que puede llevar a sus “amigos” a decidirse por visitar ese lugar.

Figura 2. Perfil de la audiencia de Instagram en 2020



Fuente: We Are Digital 2020. <https://wearesocial-net.s3-eu-west-1.amazonaws.com/wp-content/uploads/common/reports/digital-2020/digital-2020-global.pdf> p.128

Figura 3. Perfil de la audiencia de Facebook en 2020



Fuente: We Are Digital 2020. <https://wearesocial-net.s3-eu-west-1.amazonaws.com/wp-content/uploads/common/reports/digital-2020/digital-2020-global.pdf> p.108

### **3. Flujos turísticos motivados por estudios y actividades deportivas en el mundo**

#### **3.1. Turismo de estudios emisor y receptor**

El turista de estudios se convierte en un portador de la marca de su lugar de origen, ya que da a conocer sus costumbres, su idioma, los recursos turísticos de su país, etc. Para el país o lugar receptor, de manera que su entorno construye una imagen de las personas del lugar de origen del turista.

El Ministerio de Universidades del Gobierno Español publicó un documento en 2020, en el cuál muestra las cifras españolas en el curso 2017-2018 respecto a los estudiantes españoles que estuvieron realizando una estancia fuera de España, los estudiantes internacionales que estuvieron realizando una estancia en España y los estudiantes extranjeros que están cursando un grado o un máster en España. Estos datos son interesantes para conocer la situación del turismo de estudios en España.

Por lo que respecta al turismo emisor, este incluye al estudiantado matriculado en una Universidad que se desplaza al extranjero a través de un programa de movilidad.

Según el documento realizado por el Ministerio de Universidades hubo un total de 42.002 estudiantes internacionales salientes de algún programa de movilidad en el curso 2017-2018.

El 62,8% del estudiantado de Grado tenían entre 18 y 21 años y el 82,7% de estudiantes de Máster menores de 26 años. Los destinos europeos con mayor número de estudiantes internacionales salientes fueron Italia, Francia y Reino Unido con 7.306, 3.449 y 3.473 estudiantes respectivamente (Ministerio de Universidades, 2021).

Por el contrario, el turismo receptor procedente del extranjero incluye a aquellos que tienen su residencia habitual fuera de España y/o están matriculados en una universidad presencial, o son parte de algún programa de movilidad con destino en alguna universidad del SUE (Sistema Universitario Español). De los 120.991 alumnos internacionales entrantes en el SUE en el curso 2017-2018, 58.058 lo hicieron a través

de programas de movilidad, como por ejemplo Erasmus+ y 62.933 lo hicieron con matrícula ordinaria, es decir, de manera particular (Figura 4).

Figura 4. Número de estudiantes internacionales según el tipo de movilidad, zona y región en 2017-2018

|                                | <b>Total</b>   | <b>Programas de movilidad</b> | <b>Matrícula ordinaria</b> |
|--------------------------------|----------------|-------------------------------|----------------------------|
| <b>Europa</b>                  | 60.910         | 35.595                        | 25.315                     |
| <b>América Latina y Caribe</b> | 38.868         | 11.475                        | 27.393                     |
| <b>África</b>                  | 3.313          | 441                           | 2.874                      |
| <b>EEUU y Canadá</b>           | 9.454          | 7.534                         | 1.920                      |
| <b>Asia y Oceanía</b>          | 8.444          | 3.013                         | 5.431                      |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>120.989</b> | <b>58.058</b>                 | <b>62.933</b>              |

Fuente: Ministerio de Universidades. Elaboración propia.

La procedencia de la mayor parte de estudiantes era de países como Italia, Francia, Estados Unidos, Alemania y México. Y su mayoría tenían a las CCAA de Madrid, Cataluña y Andalucía los destinos principales, registrando el mayor número de estudiantes internacionales entrantes con 30.350, 28.620 y 17.405 respectivamente (Ministerio de Universidades, 2021).

Por estudiantes extranjeros se entienden al estudiantado que no tiene nacionalidad española. En el curso 2018-2019 se matricularon un total de 139.708 alumnos extranjeros en el SUE, lo que supuso el 8,8% del total de los matriculados, el 26,2% de los estudiantes de Doctorado y el 5,4% de los estudiantes de Grado.

Mientras que los estudiantes extranjeros con nacionalidad europea y africana se matricularon mayoritariamente en estudios de Grado, los alumnos de países americanos, asiáticos y de Oceanía se matricularon mayoritariamente en Máster y Doctorado. Tanto en Grado como en Máster el número de estudiantes extranjeros continúa su tendencia creciente.

Las comunidades autónomas con un mayor número de estudiantes extranjeros fueron Madrid, Cataluña y Valencia en estudios de Grado y Máster. Madrid, Cataluña y Andalucía por lo que se refiere a estudios de Doctorado (Ministerio de Universidades, 2021).

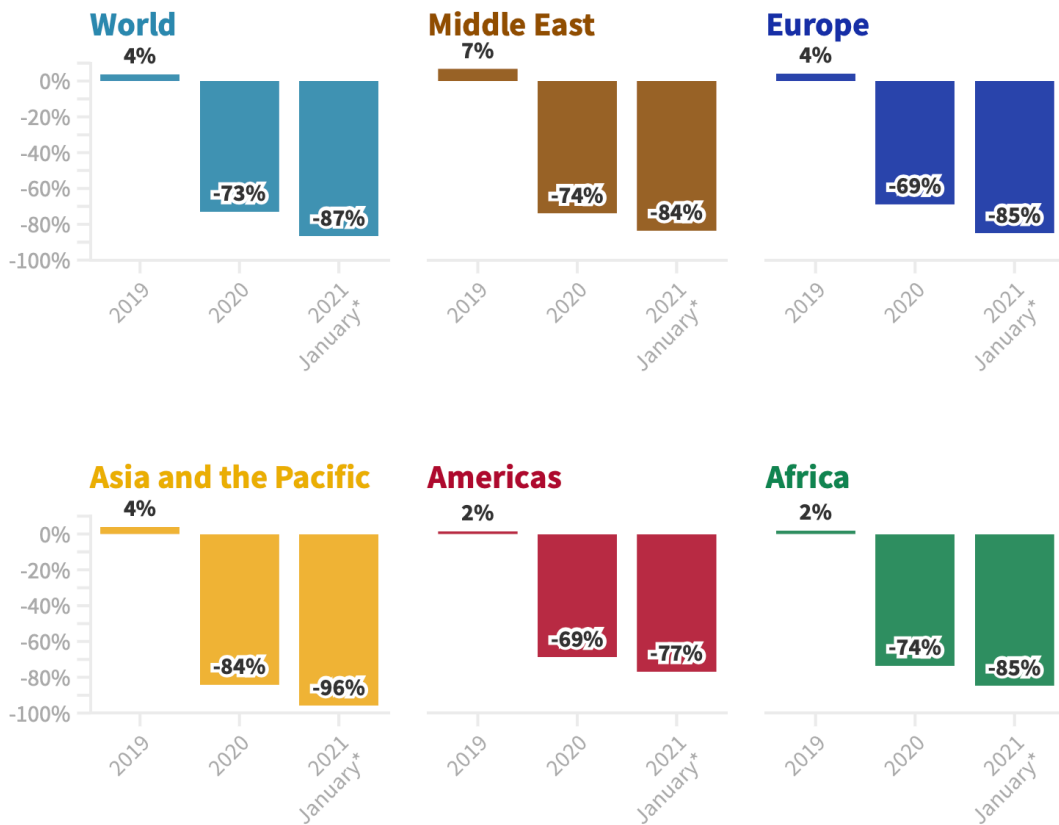
### **3.2. El impacto del COVID-19 en los desplazamientos por motivo de estudios y deporte**

El impacto del COVID-19 ha sido devastador para el turismo mundial. Según datos de la OMT el turismo internacional cayó en un 87% respecto a 2019 (Figura 5). En agosto de 2020 se habrían registrado 700 millones de llegadas menos, lo que representaría una pérdida en torno a 730.000 millones de dólares en ingresos por turismo (OMT, 2020). Las previsiones por parte de la mayoría de las organizaciones es incierta ya que no se había vivido una situación igual anteriormente. En este sentido, la OMT realizó un llamamiento para una mayor coordinación entre países con respecto a los protocolos de viajes que permita la reactivación segura del turismo y evite así otro año de pérdidas para el sector. La situación del COVID-19 ha provocado que para realizar turismo se realizaran pruebas obligatorias, cuarentenas, justificar motivos de viaje y, en algunos casos, ha habido un cierre total de las fronteras, que han frenado los viajes internacionales. Esta situación también ha afectado psicológicamente ya que ha creado miedo a contagiarse, a quedarse estancado en un lugar sin tener la capacidad de volver a tu lugar de residencia debido a las restricciones de movilidad, a la cancelación de vuelos, a utilizar el transporte público, etc. (OMT, 2021)

El COVID-19 ha sido devastador para el turismo deportivo ya que una gran cantidad de competiciones deportivas han sido paralizadas. Esto ha hecho que los/las turistas que se hallaban fuera de España por motivos de deporte, o que salían eventualmente a realizar competiciones, no pudieran hacerlo. Además de las restricciones de movilidad, no tenían competiciones en las que participar ni podían acudir como espectadores.



Figura 5. Llegadas internacionales en 2020 por regiones turísticas OMT



Fuente: OMT, 2021. <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347> [Consultado 21 mayo de 2021]

Respecto al turismo de estudios, el COVID-19 también ha supuesto cambios y adaptaciones, limitando la presencialidad en las aulas. Finalmente, esto pudo haber incidido en la ampliación y diversidad de la oferta de estudios online en Grado y Máster.

De la misma forma, los programas de movilidad han sido cancelados. Las restricciones fueron diversas. Algunos países han optado por cerrar las fronteras a estudiantes que ya tenían adjudicada plaza en sus universidades. Otros países han permitido la entrada, pero todas las clases pasaron a ser online. Este hecho limitaría la expectativa de muchos estudiantes que valoran como motivación para realizar el viaje a ir a otra universidad, la interacción con otras personas y el hecho de poder conocer la cultura y el país, en general.

## **4. La oferta de turismo deportivo y de estudios entre España y EE. UU.**

### **4.1. La combinación del turismo deportivo y educativo en la oferta de formación**

La relación entre la oferta deportiva y educativa explica el perfil de turista en el cual nos vamos a centrar. En este epígrafe veremos la oferta que existe para aquellos estudiantes y deportistas interesados en continuar con ambas actividades. Para algunos estudiantes esta es una posibilidad u oportunidad para salir de su residencia habitual y encontrar un lugar que les permita combinar su carrera deportiva y su educación de manera más eficiente. Existe una nueva oportunidad que empieza a ser cada vez más habitual en el marco de la educación, se trata de un turismo educativo a través de becas deportivas.

En muchas ocasiones estos deportistas han tenido dificultades para continuar con sus estudios, pero en los últimos años se ha ido tomando más conciencia del problema y se ha tratado de buscar facilidades para este grupo. En este sentido, a través del Tratado de Lisboa se consiguieron avances, en esta materia. **En el estudio, según Henry, I., resumen\* en 1 línea: Concesión de derechos para aquellos deportistas que desean continuar con su formación educativa o profesional.**

En el tratado de Lisboa que fue puesto en vigor en el 2009 se tuvo en cuenta la cuestión de las “carreras duales” de los deportistas en el deporte de élite y la educación o el trabajo, esto ha recibido una atención cada vez mayor en los últimos años por parte de algunas partes interesadas. En particular, la Comisión Europea se ha involucrado en la investigación y el diálogo con una serie de partes interesadas durante la última década, impulsada en parte por el desarrollo de una competencia “blanda” en el deporte en el artículo 165 del Tratado de Lisboa, que entró en vigor en Diciembre de 2009. Este documento analiza la naturaleza del interés de la Unión Europea en este tema de política y, en particular, la razón y la manera de la participación de la UE

Las dos razones por las que consideraron en el Tratado la protección del acceso de los deportistas a la educación y la formación profesional fueron a partir de un discurso basado en que a los deportistas se les niega el acceso a la educación y a la formación profesional mientras sí están garantizadas para otros trabajadores o ciudadanos, y otro discurso respecto a que la capacidad del atleta para desempeñarse en términos atléticos se mejora en virtud de oportunidades educativas.

Aunque el compromiso de la UE con las carreras duales puede basarse, no en una competencia deportiva, sino en competencias previas relacionadas con los derechos de los trabajadores y la protección de los menores, la identificación de un fundamento de desempeño para suplir la dualidad de las carreras pueden ser importantes para involucrar a entrenadores y administradores (Traducido del inglés, Henry, I. (2013), p. 356-373).

Gracias a esta mejora muchos deportistas tienen la oportunidad a través del deporte de estudiar y compaginarlo a la perfección, ya sea en su lugar habitual de residencia o en otro destino en el cual las condiciones sean más adecuadas para realizarlo. Y eso, también es tener éxito. Desafortunadamente se tiene la triste percepción de que el éxito para todos aquellos/as que practican deporte es conseguir llegar a las mejores ligas, conseguir trofeos, ganar dinero, ser famoso, etc. El deporte puede ofrecer oportunidades de hacer turismo en otros lugares y vivir experiencias que marcaran un desarrollo personal, educativo y deportivo en la carrera de cada uno.

Al igual que el mercado de la oferta deportiva profesional y de estudios se encuentra muy explotado en Estados Unidos, también se ha podido observar gracias al análisis realizado, que existe otro mercado, y es el caso de España como destino donde realizar la formación y la práctica deportiva. Academias como la de *Etire Sports* ha atraído a más de 50 estadounidenses, que realizan un *GAP year* (año sabático), donde vienen a mejorar en el deporte del fútbol, a aprender un idioma y a obtener una experiencia de vida que les va a hacer crecer. Y es que España es un destino único en este sentido, con un clima interesante para muchos, una de las lenguas más habladas alrededor del mundo y una de las mejores ligas de fútbol con equipos, técnicos y jugadores del máximo nivel

internacional.

Por último, se quiere destacar a China y Dubai que son países que vienen trabajando en esto, pero con adolescentes, pagan una cantidad económica para que equipos grandes como el Villareal CF, Valencia CF, Barcelona CF... Acojan a jóvenes jugadores de su país, los formen y aprendan el idioma.

#### 4.2. Los programas de movilidad de España

Para conocer la oferta de movilidad debemos analizar los distintos programas que existen enfocado al público estudiante y deportista. Entre los más importantes de los que existen en España, se encuentran los programas regionales europeos.

##### ❖ ERASMUS

Erasmus es un programa que promueve el intercambio de estudiantes entre universidades europeas, además de algunos países como Islandia, Liechtenstein, Noruega, Suiza, Turquía y Macedonia (Erasmus+, 2021). La palabra *ERASMUS* proviene de *European Community Action Scheme for the Mobility of University Students* (Plan de acción de la comunidad europea para la movilidad de estudiantes).

Se trata del programa más importante de Europa respecto a la movilidad de estudiantes, en las últimas tres décadas, más de 10 millones de personas han participado en el programa. El 2018 fue un año de récord, con 850.000 movilidades que se beneficiaron de este programa para estudiar, trabajar o realizar un voluntariado en el extranjero. (Traducido del inglés, Erasmus+, 2018, p. 9). Este programa ofrece unas becas para movilidades de una duración de entre 3 y 12 meses. Además, Erasmus+ ha evolucionado hasta ofrecer otros tipos de ayudas como por ejemplo las destinadas a:

- **Estudiantes de grado** que van a cursar 1 año o 1 semestre de su carrera en uno de los países que tiene convenio su propia universidad.
- **Másteres** como Erasmus Mundus, en el cual se realizan estancias en diferentes universidades y son subvencionados por el programa.

- **Servicios voluntarios europeos**, donde todos los jóvenes, con independencia de que realicen o no actividades de aprendizaje o formación. Erasmus+ les permite trabajar como voluntarios dentro o fuera de Europa, o participar en un intercambio de jóvenes en el extranjero.
- **Docencia en el extranjero**, esta oportunidad está al alcance de los miembros del personal que trabajan tanto en el sector docente como en el empresarial, a quienes se invita a compartir con los estudiantes sus conocimientos sobre un determinado sector o materia.
- **Prácticas con Erasmus+** ofrece también la posibilidad adquirir experiencia profesional a través de la realización de prácticas en el extranjero.

#### ❖ SICUE

Sistema de intercambio entre Centros Universitarios de España, (SICUE) programa de movilidad nacional de estudiantes universitarios, que permite a los estudiantes realizar un periodo de estudios en una institución distinta a aquella en la que el alumno se encuentra matriculado. La estancia puede ser de un mínimo de 5 meses y máximo de 9 meses. (Programa de Movilidad SICUE – CRUE, 2021)

#### ❖ INTERCAMBIO

Existen programas de intercambio con países que están fuera de la unión europea y del programa Erasmus. Estos programas pueden ser realizados en todo el mundo, siempre que la universidad a la que pertenesca tenga un convenio con la universidad a la que se quiere ir. La duración de este tipo de movilidad depende de la oferta realizada por la universidad.

#### ❖ CLUB DE TURISMO IDIOMÁTICO

Viajar a otros países para aprender o mejorar un idioma se ha ido convirtiendo en una tendencia a nivel mundial. Este crecimiento se debe a la nueva situación del mundo laboral, ya que se ha ido haciendo cada vez más global, provocando la internacionalización en muchos sectores, y por lo tanto se ha convertido en un requisito para muchos trabajos el ser capaz de dominar idiomas.

### **4.3. Los programas de movilidad de EE. UU.**

Estados Unidos es la “meca” de las becas deportivas para estudiantes. Se han incrementado en gran cantidad las empresas que se dedican a hacer de intermediarias entre las universidades de Estados Unidos y los deportistas europeos. Y es que las universidades con equipos de las Divisiones I y II de la NCAA (National Collegiate Athletic Association) otorgan anualmente más de 3.6 mil millones de dólares en becas deportivas a más de 180.000 estudiantes atletas. Sin embargo, los equipos de la División III no ofrecen becas deportivas (Traducido del inglés, NCAA, 2021)

Según la NCAA solo alrededor del dos por ciento de los atletas de la escuela secundaria reciben becas deportivas para competir en la universidad. De los estudiantes deportistas que participan en deportes en las mejores ligas universitarias, muy pocos se convierten en deportistas profesionales. Una educación universitaria es el beneficio más gratificante de la experiencia del deportista.

Las becas completas cubren matrícula y cuotas, alojamiento, comida y libros relacionados con los cursos. La mayoría de los estudiantes atletas que se benefician de becas deportivas reciben una cantidad que cubre una parte de estos costos. Muchos estudiantes atletas también se benefician de becas académicas, programas de ayuda financiera de la NCAA, como el Fondo de Oportunidades para Estudiantes-Atletas de la División I de la NCAA, y ayudas basadas en necesidades económicas como las Becas Federales Pell <sup>1</sup>.

Las escuelas de la División I pueden proporcionar becas de varios años a los estudiantes deportistas. Además, las escuelas de la División I pueden pagar a los estudiantes atletas para que terminen su licenciatura o maestría después de que terminen de practicar deportes de la NCAA (NCAA, 2021).

En la mayoría de los casos, los entrenadores deciden quién recibe una beca, el monto de la beca y si se renovará. El entrenador actúa como si fuera el director deportivo, no solo

---

<sup>1</sup> El Programa de Becas Federales Pell ofrece subvenciones, según las necesidades, a estudiantes universitarios aún no graduados y a determinados estudiantes que ya han obtenido la licenciatura, todos ellos de bajos recursos económicos, para promover el acceso a la educación posterior a la Escuela Secundaria.

se dedica a entrenar, sino que se ocupa de gestionar la institución, ofrecer las becas, ayudar en la gestión de los trámites, etc.

Sin duda, EE. UU. es el país que ofrece más oportunidades a los deportistas para poder combinar carreras deportivas y educativas. Como consecuencia, ha aparecido un mercado muy interesante para algunos, y ha nacido el papel del intermediario. Estos intermediarios se encargan de crear contactos en las universidades para ofrecer becas a deportistas y estudiantes, además de ayudarles en la gestión del proceso, tanto a nivel de alojamiento, como en la organización de documentos para solicitar ser aceptado por la universidad. Se conocen algunas empresas como *Etire Sports*, una de las más reconocidas a nivel nacional en el mundo del fútbol. *Odisea Management* o *Globalcollege USA* dedicadas a la intermediación de diferentes deportes que pueden ser becados.

## **5. Análisis de los desplazamientos motivados por deportes y estudios en la Comunitat Valenciana como centro emisor y receptor de turismo**

### **5.1 El producto turístico motivado por deporte y estudios en la Comunitat Valenciana**

La Comunitat Valenciana es destino turístico principalmente gracias a su clima y localización junto al mar mediterráneo, mayoritariamente acogiendo al turista de sol y playa. Sin embargo, gracias al clima, a la calidad de vida, al hablar en uno de los idiomas más utilizados en el planeta y a las infraestructuras deportivas y educativas pueden dar pie a la aparición de más tipologías de turismo, como por ejemplo el turismo deportivo y formativo.

Con el objetivo de conocer el mercado formado por Estados Unidos y valencianos que deciden realizar una estancia en otro destino se ha realizado una entrevista con la academia Eture Sports para conocer la oferta realizada tanto para los americanos que vienen a la Comunitat Valenciana, como los valencianos que van a Estados Unidos, donde los directores destacan constantemente el crecimiento personal del estudiante-deportista, ya que es un año donde salen de su zona de confort y se enfrentan a muchas situaciones que todavía no han vivido. En la entrevista se ha comentado el papel que tienen ellos como intermediarios, analizado también en la encuesta realizada a los estudiantes. Han explicado como es el perfil del cliente y nos han facilitado los contactos para rellenar una encuesta realizada.

Esta encuesta se ha estructurado de manera que los encuestados han tenido que aportar detalles personales y sobre la experiencia vivida en el extranjero. Se ha preguntado la edad, el lugar de residencia habitual, el destino donde realizan o realizaron la movilidad, el principal motivo del viaje, si era por deporte, estudios, viajar (ocio) o aprender un idioma y la duración que tenía la estancia con el objetivo de conocer el perfil de turista. Para conocer los beneficios que la movilidad le ha aportado al turista se les ha preguntado en qué medida les ha ayudado el viaje para conseguir una oportunidad



deportiva profesional, una educación competitiva, una experiencia gratificante, la mejora del nivel de idioma, conocer otras costumbres y otro país. Mientras que, para conocer los beneficios para el destino turístico, se les pedía la valoración sobre la frecuencia con la que visitaban edificios emblemáticos, eventos o espacios deportivos, el pasear por la ciudad, el salir a tomar algo o hacer actividades de ocio y el comer en restaurantes. Además, se les ha preguntado si recibieron alguna visita de amigos o familiares y si volverían a viajar en un futuro por motivos de ocio al destino en cuestión.

Para conocer su visión y el miedo generado por la Covid-19, les hemos preguntado en que aspectos les importaría o sería trascendental el volver a realizar una movilidad a corto plazo. También se ha querido analizar el papel del intermediario preguntando en qué ha sido facilitador del proceso y de la oportunidad, a través de conseguir una beca deportiva, el desplazamiento, alojamiento, la información sobre el destino, trámites, etc.

Por último, se ha querido observar en que han gastado el presupuesto para conocer que ha aportado al sector turístico económicamente, y para finalizar la encuesta se les ha pedido una valoración general de la estancia.

## **5.2 Análisis de los desplazamientos en Comunitat Valenciana como centro emisor y receptor de turismo motivado por deportes y estudios**

Para extraer los datos necesarios con el objetivo de obtener máximos resultados se ha realizado una encuesta (Anexo 1) en dos idiomas diferentes, en inglés para los americanos que han venido a España, en concreto a la Comunitat Valenciana tomando estos datos de manera regional, y en español para aquellos estudiantes y deportistas de la Comunidad Valenciana, que se han ido mayoritariamente a los Estados Unidos o a otros países a través de los estudios y el deporte. Por lo tanto, por un lado, se analiza cómo influye este perfil de turista en el turismo de la Comunitat Valenciana y por otro lado conoceremos cómo se comporta el turista valenciano que viaja por estudios y deportes al extranjero. La encuesta ha sido enviada a estudiantes deportistas valencianos

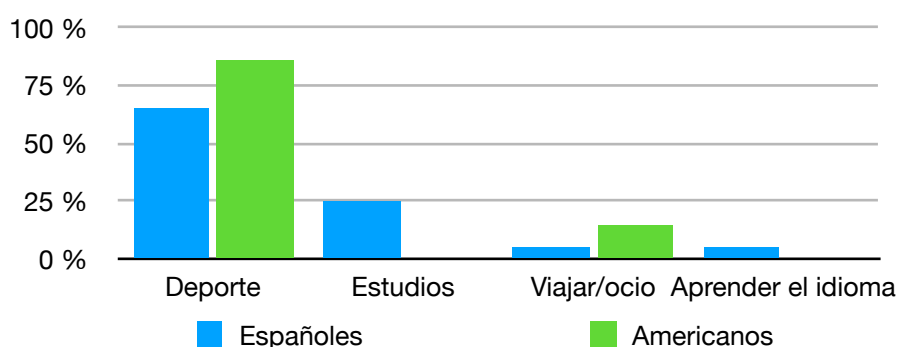
que han estudiado o estudian en el extranjero y a estadounidenses en la Comunitat Valenciana, y se han podido conseguir hasta 14 respuestas por parte de estudiantes americanos que realizarán o han realizado ya su estancia en la Comunidad Valenciana, y 20 a quienes proceden de la Comunidad Valenciana y piensan realizar o han realizado la estancia.

En cuanto al perfil, se observa que se trata de un mercado masculino y joven, lógicamente. Aquellos encuestados estadounidenses que han venido a la Comunitat Valenciana, la mayoría tienen entre 19 y 20 años y residen aquí como máximo 1 año. Esta información ha sido completada con la entrevista realizada con el director de la academia Eture Sports, que es la que nos ha proporcionado la muestra. Nos explican que este tipo de viajes lo toman como un año sabático donde vienen a España, estudian el idioma y juegan al fútbol, algunos con el objeto de conseguir una oportunidad deportiva; para otros se trata de vivir una experiencia que les haga crecer, mejorar su español, etc. Por lo tanto, deciden realizar este viaje antes de empezar la universidad.

Por otro lado, encontramos como los valencianos que han sido encuestados hacen la movilidad más tarde, con una media de 23-24 años, debido a que se van a estudiar principalmente una carrera universitaria o un Máster. Por lo tanto, este perfil ya se encuentra en una edad de estudiar una carrera, incluso acabarla en algunos casos, o de realizar un Máster. La duración de la estancia depende de si van a cursar una carrera completa, un año o un semestre de intercambio, o si van a realizar un máster.

Respecto al motivo principal del viaje en el caso de los turistas estadounidenses podemos observar que un 85,7% de los encuestados realizan el viaje motivado por el deporte y un 14,3% por viajar/ocio (Figura 6). Observamos que ninguno de los encuestados viene por motivos de estudios, y prácticamente todos por el deporte. Relacionando el motivo principal con la pregunta sobre conseguir una oportunidad deportiva profesional observamos que la mitad de los encuestados tienen el objetivo de conseguir una oportunidad deportiva profesional. Sin embargo, en otros casos, tienen claro que este no es ese su objetivo.

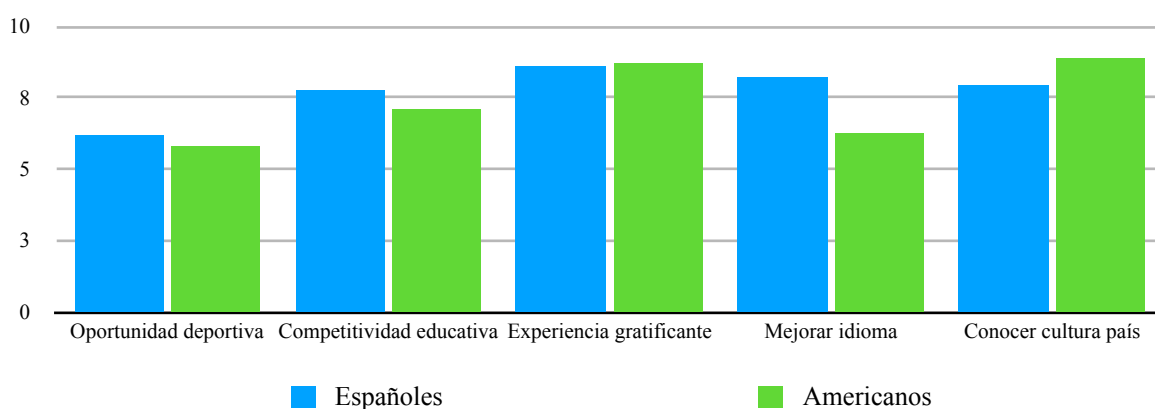
Figura 6. Principal motivo del viaje de españoles y americanos en tanto %.



Fuente: Elaboración propia respecto a los datos de la encuesta (2021).

En cuanto al mercado emisor a EE. UU, en los valencianos se ha observado que, entre el motivo principal del desplazamiento, un 65% lo realiza por el deporte, un 25% por estudios, y tan solo en un caso, se realiza con motivo de viajar por ocio, y en otro, por aprender el idioma. En general, todos son conscientes que conseguir una oportunidad deportiva es muy complicado y tienen claro que les va a ayudar a conseguir competitividad en educación (Figura 7).

Figura 7. Media según la puntuación sobre cómo ha contribuido la estancia en otro destino de manera personal.

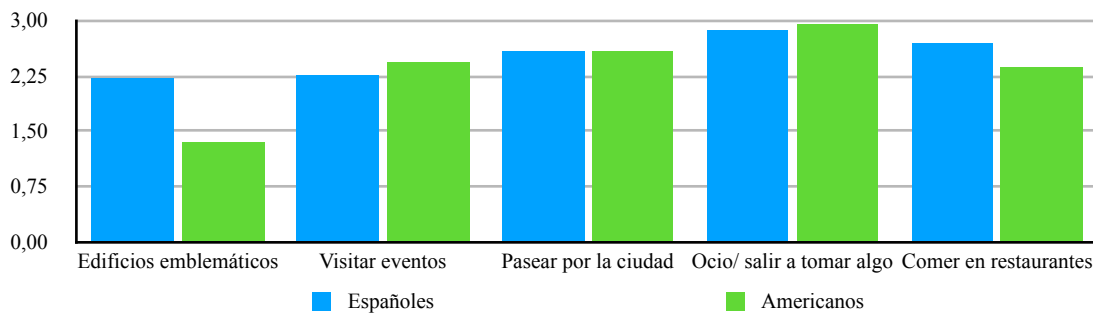


Fuente: Elaboración propia respecto a los datos de la encuesta (2021).

Respecto al comportamiento de los visitantes estadounidenses en la C.V, encontramos que lo que más realizan son actividades de ocio, como salir a tomar algo con los compañeros, seguido de pasear por la ciudad y visitar eventos o espacios deportivos. En menor medida, también salen a comer a restaurantes y casi nunca visitan edificios emblemáticos.

Los valencianos realizan en mayor medida actividades de ocio, como por ejemplo salir a tomar algo con amigos, seguido de comer en restaurantes y pasear por la ciudad. En último lugar quedaría visitar edificios emblemáticos o visitar eventos y espacios deportivos (Figura 8).

Figura 8. Frecuencia respecto a realizar diferentes actividades durante la estancia



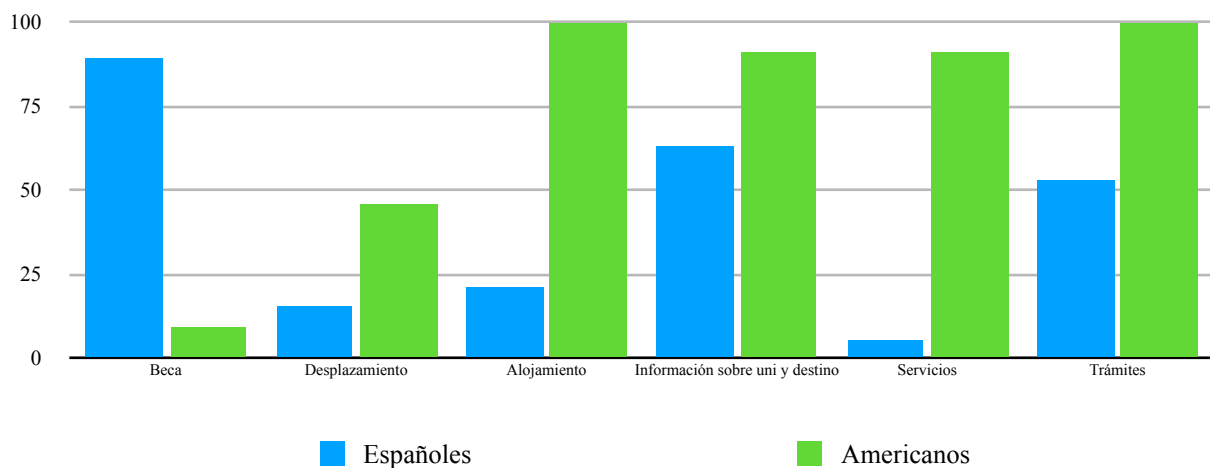
Fuente: Elaboración propia respecto a los datos de la encuesta (2021)

En muchas ocasiones el hecho de que un familiar, como lo es un hijo, un hermano o hermana, se encuentren realizando una estancia larga de estudios o deporte en otro país, constituye un motivo para el desplazamiento de algunos miembros de su familia al lugar donde está realizándola. Los resultados arrojan que el 71,4% de las familias o amigos de los turistas americanos no han llegado a visitar el país donde se realizaba la estancia, y el 50% de los deportistas sí que volverían en un futuro a realizar la estancia por motivos de ocio. Mientras que el 50% de las familias o amigos de los turistas españoles han realizado el viaje para visitar al estudiante-deportista en el destino donde realizaba la estancia, y el 64,7% sí que volverían en un futuro a realizar la estancia por motivos de ocio.

Al preguntar a los encuestados sobre la medida en que les afectaría la intención de realizar una estancia fuera de su residencia habitual a corto plazo, buscando que valoraran en una escala las posibles restricciones, la predisposición a viajar, los cambios de prioridades, cambios en las expectativas, la posibilidad de perder el vuelo, alojamientos, etc. y el tipo de rutina que llevarían en otro país, el miedo a perder el vuelo, alojamiento, etc. fue lo que más fue señalado. También fue un aspecto importante, sobre todo para los españoles, el tipo de rutina que llevarían en el destino.

El 90% de los valencianos y el 100% de los estadounidenses consiguieron la oportunidad de realizar la estancia a través de un intermediario. La función del intermediario ha sido diferente respecto a los turistas españoles y a los americanos. En el caso de los valencianos ha sido muy importante la gestión de la beca deportiva, mientras que en los americanos lo ha sido la cuestión del alojamiento y los trámites (Figura 9).

Figura 9. En que cuestiones ha ayudado el intermediario a los turistas



Fuente: Elaboración propia respecto a los datos de la encuesta (2021)

Los estudiantes pasan a formar parte del conjunto de visitantes que llegan al destino, y se convierten en turistas. En este sentido, se ha querido analizar en que aspectos contribuyen al gasto turístico. Hemos observado, como sucede en la mayoría de los casos, en ambos mercados de origen y destino, que el gasto más elevado durante la

estancia ha sido en el alojamiento. También hemos visto como los estadounidenses se han gastado más dinero en compras que los españoles. En cuanto al gasto en comida, transporte, trámites, mejora del idioma y entradas a eventos ha sido muy parecido en ambos casos (españoles y americanos).

Por último, respecto a la valoración general de la estancia los valencianos la han valorado con una media de 9 puntos sobre 10 mientras que los americanos la han valorado como un 8 sobre 10, obteniendo una nota muy positiva sobre la experiencia general de la estancia en ambos casos, sin embargo, combinando estas respuestas con la cuestión que hacía referencia a la repetición del viaje, se ha podido observar como la estancia de los valencianos ha sido más satisfactoria.

## 6. Conclusiones

Turismo, estudios y deporte son 3 sectores que forman un mix muy atractivo para muchos jóvenes que se encuentran en una etapa universitaria y compiten en alguna disciplina deportiva. Esto deriva en la aparición de una oportunidad en diferentes partes implicadas (Universidades, estudiantes, intermediarios, destinos).

Tras el estudio del caso, los resultados de la encuesta y la entrevista con la academia Eture Sports queda constatado que la movilidad de aquellos estudiantes-deportistas se trata de turismo que aporta aspectos positivos tanto para el turista como para el destino turístico. Destacar en la encuesta el hecho de que en todos los casos la experiencia ha sido satisfactoria, en gran parte, por el crecimiento en el aspecto personal que le aporta la movilidad a cada deportista. Respecto a los beneficios del destino, el turismo motivado por deporte y estudios contribuye a dinamizar la economía que, también genera sinergias como es el caso de las visitas amigos y/o familiares que tienen lugar durante la estancia. La mayoría de los turistas que deciden realizar la estancia en un destino extranjero como lo es en este caso EE.UU, para combinar ambas actividades lo hacen con el objetivo de obtener una muy buena educación o conseguir una oportunidad deportiva, a pesar de no conseguir sus principales objetivos en la mayoría de los casos, son conscientes de que la experiencia les ha aportado grandes aspectos positivos.

Es importante destacar el destino Estados Unidos como el país que más está apostando para la oferta centrada en la combinación de la formación académica y la deportiva, y que consecuentemente está generando turismo, oportunidades de negocio y experiencias inolvidables.

La creación de estas oportunidades debería ser un objetivo a corto plazo para España y Europa en general, ya que la región europea tiene por infraestructuras deportivas de gran capacidad, así como por conocimientos deportivos y educativos, y por ser el continente con las mejores ligas en algunos de los deportes reconocidos a nivel mundial. Los productos turísticos asociados al deporte y estudios pueden ofrecer también

productos culturales y de salud, que contribuyen a un turismo cultural atractivo para la mayoría de los potenciales destinos receptores.



## 7. Referencias bibliográficas

- Antonovica, A., Esteban Curiel, J., & Sánchez García, V. (2015). Turismo Y Deporte. Dykinson.
- Bueno, M. and Parra, M., (2017). Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. Murcia: Universidad Católica San Antonio de Murcia, pp.41-65.
- Blanco, A.; Blázquez, M.; De la Calle. M.; Fernández, A.; García, M.; Lois, R.C.; Mínguez, C.M.; Navalón, R.; Navarro, E.; Troitiño, L. (2021). Diccionario de Turismo. Barcelona: Cátedra
- B. Nam, Y. Shin, K. Jung, J. Kim, S. Nam. (2019) Promoting knowledge economy, human capital, and dual careers of athletes: a critical approach to the Global Sports Talent Development Project in South Korea. International Journal of Sport Policy and Politics, Routledge, pág 607-624.
- Crue Universidades Españolas (2021). Programa de Movilidad SICUE – CRUE. [online] Disponible en: <<https://www.crue.org/sicue/>> [Consultado 2 mayo de 2021].
- Díaz, M. M., & García, J. R. (2015). Turismo Y tendencias. Septem Ediciones.
- Erasmus+ - European Commission. 2021. Erasmus+. [online] Disponible en: <[https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/node\\_es](https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/node_es)> [Consultado 11 mayo de 2021].
- Glosario de términos de turismo | OMT. [online] Disponible en: <<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>> [Consultado 14 mayo de 2021].
- Henry, I. (2013) Athlete Development, Athlete Rights and Athlete Welfare: A European Union Perspective, The International Journal of the History of Sport, 356-373, DOI: 10.1080/09523367.2013.765721
- Hong, F. and Lu, Z., (2016) Delivering Olympic and elite sport in a cross cultural context. 1st ed. London: Routledge.
- Iglesias, M., (2018) Turismo idiomático en España. Marco teórico. [ebook] pp.1-3. Disponible en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6358765>> [Consultado 4 mayo de 2021].
- INE. (2021) Gasto de los turistas internacionales según motivo principal del viaje (23995). [online] Disponible en: <<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23995>> [Consultado 11 mayo de 2021].
- Latiesa, M. and Paniza, J., (2006) Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis. Universidad de Granada, pp.133-149.

- MCUD | Anuario de Estadísticas Deportivas 2021 | Turismo vinculado al deporte. [ebook] Ministerio de Cultura y Deporte, pp.99-106. Disponible en: <<https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:01233089-531c-4c1b-8faf-95a241e2205f/nota-resumen-turismo-deportivo.pdf>> [Consultado 20 mayo de 2021].
- Ministerio de Universidades (2021) [online] Disponible en: <[https://www.universidades.gob.es/stfls/MICINN/Universidades/Ficheros/Estadisticas/Informe\\_Datos\\_Cifras\\_Sistema\\_Universitario\\_Espanol\\_2019-2020.pdf](https://www.universidades.gob.es/stfls/MICINN/Universidades/Ficheros/Estadisticas/Informe_Datos_Cifras_Sistema_Universitario_Espanol_2019-2020.pdf)> [Consultado 13 abril de 2021].
- NCAA.org - The Official Site of the NCAA. (2021) Scholarships. [online] Disponible en: <<https://www.ncaa.org/student-athletes/future/scholarships>> [Consultado 11 mayo de 2021].
- Nel·lo Andreu, M., Campos Cámara, B. and Sosa Ferreira, A., (2010) Temas pendientes y nuevas oportunidades en turismo y cooperación al desarrollo. Tarragona: Publicacions Universitat Rovira i Virgili.
- OMT, 2021. <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347> [Consultado 21 mayo de 2021].
- Tadini, R., Gauna Ruiz de León, C., Gandara, J.M & Sacramento Pereira, E. C. (2021). Eventos deportivos y turismo: revisión sistemática de la literatura. Investigaciones turísticas (21), pp. 22-45.
- UNWTO (2021) Glosario de términos de turismo | OMT. [online] <<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>> [Consultado 6 mayo de 2021].
- We Are Social ES (2021) Digital 2020 España - We Are Social ES. [online] <<https://wearesocial.com/es/digital-2020-espana>> [Consultado 11 mayo de 2021].

## 8. Anexos

### Anexo 1. Encuesta 1ª parte

#### Viajes por motivo de estudios y deporte

El objetivo es conocer el perfil y las principales motivaciones de los desplazamientos al extranjero relacionados con deporte y estudios

**\*Obligatorio**

1. Edad \*

---

2. Cuál es tu lugar de residencia habitual? \*

---

3. Destino donde vas a realizar o has realizado la estancia \*

---

4. ¿Cuál es el principal motivo del viaje? \*

Marca solo un óvalo.

- Deporte  
 Estudios  
 Viajar/ocio  
 Aprender un nuevo idioma

5. ¿Cuál es la duración de la estancia?

Marca solo un óvalo por fila.

|          | <3 meses              | <6 meses              | <1 año                | <1 año consecutivo    |
|----------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Duración | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

6. ¿En qué puede contribuir tu estancia? Valora de 1 a 10 (escala de preguntas donde 1 es muy poco y 10 es totalmente)

Marca solo un óvalo por fila.

|   | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     | 8                     | 9                     | 10                    |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Conseguir una oportunidad deportiva profesional | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Conseguir competitividad en educación           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vivir una experiencia gratificante              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mejorar el nivel de idioma                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Conocer otra cultura/país                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

7. En caso de que hayas realizado la estancia (contesta solo si ya la has realizado), qué actividades has realizado y con qué frecuencia:

Marca solo un óvalo por fila.

|   | Nunca                 | Casi nunca            | Ocasionalmente        | Con frecuencia        | Casi siempre          |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Visitar edificios emblemáticos                        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Visitar eventos /espacios deportivos (estadios...)    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pasear por la ciudad                                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Actividades de ocio/ salir a tomar algo con amigos/as | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Comer en restaurantes                                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

8. Responde si ya has realizado la estancia. ¿Te han visitado familiares o amigos durante tu estancia?

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí  
 No

## Annexo 1. Encuesta 2ª parte

9. ¿ Piensas volver a realizar este viaje por motivos de ocio?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Sí  
 No

10. En qué medida ha afectado el COVID-19 en tu intención de realizar una estancia fuera de tu residencia habitual a corto plazo

*Marca solo un óvalo por fila.*

|  | Nada                  | Poco                  | Bastante              | Mucho                 | Totalmente            |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Posibles restricciones                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Predisposición a viajar                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Cambio de prioridades                        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Cambios en las expectativas                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Posibilidad de perder el vuelo, alojamientos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tipo de rutina que vas a llevar en otro país | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

11. ¿Has recibido apoyo de algún intermediario para conseguir realizar la estancia?

*Marca solo un óvalo.*

- Sí  
 No

12. ¿En qué cuestiones te ha ayudado el intermediario?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Beca  
 Desplazamiento  
 Alojamiento  
 Información sobre el destino y la universidad  
 Servicios/ Itinerarios turísticos  
 Trámites

Otro:  \_\_\_\_\_

13. Solo si has realizado la estancia en qué has gastado tu presupuesto en el destino?

*Selecciona todos los que correspondan.*

|                                | x<50€                    | 50€< x ><br>>100€        | 100€< x ><br>200€        | 200€< x ><br>300€        | 300€< x ><br>500€        | 500€ < x ><br>700€       | x>700€                   |
|--------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Entradas a eventos             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Alojamiento                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Transporte durante la estancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Idioma                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Comida                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| trámites( VISA, etc)           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Compras                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

14. Cómo valoras en general tus expectativas de la estancia?

*Marca solo un óvalo.*

| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     | 8                     | 9                     | 10                    |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |