

RESUMO

A imaxe dos destinos turísticos constitúe un factor importante dentro do proceso de decisión de que lugar desexa visitar o individuo. Esa decisión está influenciada pola propia imaxe do destino, que á súa vez sofre o impacto dunha serie de atributos que previamente son avaliados polo turista. En concreto, cabe destacar que as motivacións que levan os turistas a elixir un destino van depender de que tipo de turismo se ofrece (sol e praia, cultural, congreso entre outros). E, debido á crecente competencia entre destinos, aquel que máis claramente consiga chegar ao seu público obxectivo terá máis posibilidades de ser elixido polo potencial turista e, nun futuro, manter o seu liderado na mente do visitante.

Cada vez máis os países están interconectados e, coa globalización e a necesidade de mellorar as relacións entre si, varios gobernos miraron para o ensino superior como maneira de aproximar posturas. Nun contexto como o da globalización, ter unha vivencia internacional é un paso máis para entender a humanidade, e ese entendemento vén a partir da asimilación da diversidade cultural entre os distintos pobos. Neste sentido, Europa, desde finais dos anos 80 vén traballando por unha integración do seu capital humano, a través da mobilidade estudantil, como pode ser o programa *Erasmus*¹. De acordo coa Comisión Europea (2013), “o programa Erasmus+ ten por obxectivo reforzar as competencias e a empregabilidade, ben como modernizar a educación, formación e animación da xuventude”.

Non son só os gobernos os que están interesados neste acercamento. Os individuos, pola súa parte, tamén buscan aproveitarse das aproximacións entre os seus países, así, arelan realizar cursos superiores no exterior para entender mellor as linguas do mundo, culturas e métodos de negocio (OCDE, 2012). Sendo así, alumnos e alumnas entenden que unha boa forma de ampliar os seus coñecementos doutras sociedades e linguas, mellorando consecuentemente as súas perspectivas no mercado de traballo ou de investigación, é estudar en institucións de ensino superior noutros países distintos do seu. Segundo datos da OCDE (2012) no último compendio

¹ Programa orientado á ensinanza superior, creado no ano 1987 co obxectivo de fomentar a cooperación entre universidades dos países europeos. Ademais, buscando mellorar o recoñecemento académico dos estudos, favorecer a mobilidade de estudantes e profesores universitarios (CARRERA; BONETE; MUÑOZ DE BUSTILLO, 2007).

publicado en 2012, o número de estudantes fóra do seu país de orixe vén aumentando ano tras ano. En 2010, eran 4,1 millóns de estudantes os que estaban matriculados fóra do seu país de orixe. Cando se observa un pouco máis atrás, mesmo segundo eses datos, nótase que o aumento é aínda moito máis drástico, pasou de 0,8 millóns de estudantes internacionais no ano de 1975 a 4,1 millóns en 2010. Alén diso, como se pode ver no devandito gráfico, a tendencia de crecemento é positiva, e cóntase coa previsión de case dez millóns de estudantes ata 2025 segundo datos desta organización.

Obxectivos da investigación: Tense como obxectivo xeral investigar a percepción do turista académico brasileiro acerca das relacións entre a imaxe percibida e a satisfacción con Galicia, procurando comprender a forma en que a imaxe construída a partir da experiencia vivida se vincula coa lealdade con relación ao destino.

Obxectivos específicos

- Identificar os atributos que conforman a imaxe dun destino de turismo académico.
- Medir a satisfacción dos turistas académicos para co destino.
- Medir a relación entre a imaxe inicial, imaxe construída, expectativas e lealdade ao destino.
- Comprender como a imaxe construída se relaciona coa lealdade ao destino.

Relevancia, orixinalidade e contribucións da investigación

Considerando que o termo turismo académico foi escasamente estudado, este traballo contribúe a un maior acercamento á súa conceptualización. Non só iso, outro aspecto que caracteriza a relevancia e orixinalidade do estudo é que considerando tamén que a imaxe do destino pode ser influenciada por distintos factores, que ela cambia en distintos momentos da relación do turista co destino, antes ou despois da propia visita e que a lealdade ten relación directa coa imaxe, este traballo tratou de relacionar a percepción da imaxe construída polo turista académico a partir da súa vivencia no destino coa súa lealdade (medida a partir da intención de recomendación e repetición). Velaquí unha contribución do traballo, dado que a

relación entre a imaxe do destino construída polo turista, o turismo académico e a lealdade non foi encontrada na literatura.

Acredítase que a relación entre a imaxe do destino e os aspectos que a conforman (cognitivos e afectivos), posibilitan un proceso de formulación de estratexias que han mellorar o desempeño da comercialización dos destinos, contribuíndo a unha maior atracción destes. A imaxe antes da visita pode funcionar como unha atracción cara ao destino, pero despois de realizada, a experiencia é quen será capaz de influír na lealdade. Preséntase, en relación coa medida da lealdade, outro aspecto relevante para ese estudo, que foi a creación dunha escala de medida da percepción da imaxe dun destino de turismo académico. Considéranse factores decisivos para a lealdade: a superación das expectativas en relación coa imaxe previa e a satisfacción cos atributos da imaxe a partir da experiencia turística. Así pois, validouse unha nova escala baseada na teoría revisada e nos datos cualitativos recollidos. Desta maneira, Carvalho (2011) afirma que un traballo deste porte pode estar contribuíndo metodoloxicamente a novos estudos na área.

Concretamente, outro aspecto relevante de orixinalidade atrelado a esta investigación é o seu deseño metodolóxico: un estudo con métodos mixtos (Creswel e Clark, 2013) escasos en investigación turística (ROYO-VELA; 2006). Este é un traballo multifásico, que consta de tres fases secuenciais (CRESWEL, CLARK; 2013). No deseño da ferramenta utilizada para medir a escala, utilizouse unha etapa cualitativa inicial para recoller as variables e teorías que serían medidas. Posteriormente, os datos cuantitativos foron recollidos e a escala de medida foi corroborada por unha variable cualitativa relacionada coa experiencia vivida polo turista. Velaquí unha nova contribución desta investigación, a interligazón de variables cuantitativas e cualitativas na medición da lealdade para co destino.

Finalmente, ao utilizar a modelaxe de ecuacións estruturais para testar un conxunto de relacións simultáneas á hora de predicir unha variable dependente (lealdade ao destino), este traballo contribúe á utilización dunha metodoloxía hipotética dedutiva. E ademais, esa investigación consta dunha creación indutiva de *insights* conceptuais, proporcionando unha evolución no estudo da lealdade ao destino.

Estrutura da tese

Esta investigación encóntrase estruturada en 8 capítulos. Búscase con ela identificar cal é a imaxe que os estudantes brasileiros perciben de Galicia e entender cales son os atributos da imaxe que máis influencian na toma decisión, relacionando os ditos atributos coa lealdade ao destino. Para iso, antes de afondar no traballo de campo propiamente dito, este estudo debaterá sobre as diversas contribucións teóricas e conceptuais acerca do segmento de turismo académico e da imaxe dos destinos turísticos, no tocante ás dimensións que a conforman e ao seu proceso de formación.

Alén diso, tamén se expoñerán aspectos relacionados coa satisfacción. Para iso, realizarase un estudo da influencia dos atributos, tanto afectivos como cognitivos e conativos na formación da imaxe do destino. Finalmente, buscarase comprender a relación entre a imaxe construída a partir da experiencia vivida no destino e a lealdade do turista. Acto seguido á revisión da literatura, fixéronse entrevistas cualitativas a estudantes brasileiros seguindo o guión proposto no APÉNDICE I. Baseándose nestas entrevistas e reforzando o coñecemento adquirido na parte bibliográfica, montouse unha ferramenta de recollida de datos, que se aplicou posteriormente no período comprendido entre os meses de agosto e outubro de 2014.

No primeiro capítulo preséntase a contextualización dos temas tratados e expóñense as liñas que o guían, facendo unha introdución ao tema e amosando os obxectivos do traballo. No segundo capítulo preséntase a teoría co relación ao turismo académico, achegando unha proposta de mellora da definición existente deste fenómeno. Para iso, farase un repaso das distintas modalidades turísticas utilizadas para acercarse á súa delimitación. Amais, neste capítulo será tratado o perfil do turista académico e o estado actual de Galicia nesta modalidade turística. O terceiro capítulo versa sobre a revisión teórica relativa á imaxe dos destinos turísticos. Enfócase este apartado cara á presentación das distintas definicións do termo, ademais de afondar nas dimensións integrantes da imaxe dos destinos, o seu proceso de formación e tratando tamén o tema das técnicas de medición deste obxecto de investigación.

No capítulo cuarto, propónse o deseño metodolóxico da investigación utilizada neste traballo: un método mixto, utilizando tanto a investigación cualitativa

como a cuantitativa para lograr comprender o fenómeno, chegando así aos obxectivos propostos. Nesta parte preséntanse as técnicas empregadas nel, desde o proceso da lectura do marco teórico ata a presentación dos resultados. Como metodoloxía de compilación dos datos, o capítulo quinto detalla que primeiro se pasou por unha fase onde se realizou un traballo con métodos cualitativos, pasando polos preparativos e aplicación de entrevistas cualitativas. Posteriormente foron analizadas con Análise do Contido, que logrou conseguir un deseño obxectivo da ferramenta aplicada para recoller datos na parte máis cuantitativa do traballo, APÉNDICE II. Seguidamente, o capítulo sexto detalla como se aplicou o cuestionario a 214 turistas estudantes. Da mesma maneira, este capítulo trata de como fora a análise dos datos cuantitativos: analizáronse os resultados con Análise Factorial (exploratoria e confirmatoria) e Modelaxe de Ecuacións Estruturais.

Simultaneamente a esta etapa cuantitativa, no sétimo capítulo preséntase a segunda fase cualitativa, na cal se realizaron entrevistas en profundidade a catro individuos, que se analizaron posteriormente coa Análise Sociolóxica do Discurso. O oitavo e último capítulo versa sobre as consideracións finais, conclusións e recomendacións para futuras liñas de investigación. Para rematar preséntanse as referencias bibliográficas utilizadas nese traballo, seguidas dos apéndices que serviron de apoio ao desenvolvemento desta investigación.