

## **Título do Trabalho**

**Marlusa de Sevilha Gosling<sup>1</sup>**  
**Igor Laranjeira Lameira<sup>2</sup>**  
**Eduardo Teixeira Magalhães<sup>3</sup>**

### **Resumo**

O número de estudantes presentes em países estrangeiros aumentou de modo significativo desde a década de 70. A mobilidade dos estudantes foi facilitada e a busca por novas experiências tornou-se bastante procurada. De acordo com dados da UNESCO, em 2009, havia mais de 100 milhões de estudantes do ensino superior em todo o mundo, nos quais 2,7 milhões estavam estudando em outros países. Sendo assim, faz-se importante um estudo com maior profundidade sobre o comportamento do consumidor desse tipo de serviço, de modo a melhor compreender os elementos principais que causam a satisfação dos estudantes em programas de intercâmbio internacional. (O objetivo deste estudo foi identificar os elementos importantes na experiência de intercâmbio estudantil que impactassem a satisfação, a recomendação e o apego relacionados ao local visitado. Para isso, foi realizada uma pesquisa quantitativa através de um survey online que obteve 636 respondentes. Os dados coletados foram analisados estatisticamente por meio dos softwares SPSS e SmartPLS. Dentre os principais resultados, destaca-se os atrativos do destino são o aspecto mais importante que impactam o apego ao destino, que incluem aspectos como opções de lazer e cultura. Em relação à satisfação, foi constatado que o apego é o que mais a influencia; enquanto a satisfação é o elemento que mais exerce impacto na recomendação do local.

Palavras-chave: Intercâmbio estudantil. Turismo. Comportamento de consumo.

---

<sup>1</sup> Prof. Doutora em Administração. UFMG. Com pós-doutorado na Universidade do Algarve, UALG, Portugal. <http://lattes.cnpq.br/9503365193492380>. mg.ufmg@gmail.com

<sup>2</sup> Graduado em Administração. UFMG. <http://lattes.cnpq.br/4541464922698958>.

<sup>3</sup> Mestrando em Administração. UFMG. <http://lattes.cnpq.br/5066289740134782>. edu.magalhaes7@outlook.com