

Atributos do Destino que promovem Experiências Turísticas Memoráveis: teste e adaptação de escala

Érika Sayuri Koga¹
Ananda Aparecida Rossi Bastos²
Mariana de Freitas Coelho³
Glauber Eduardo de Oliveira Santos⁴

Resumo

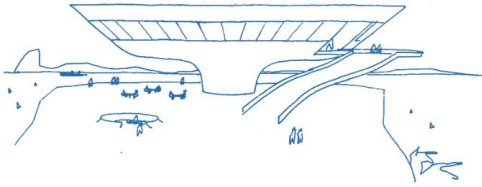
Algumas características dos destinos turísticos podem promover experiências memoráveis e contribuir para a competitividade do local. Pesquisas sobre Experiências Turísticas Memoráveis (ETM), que são consideradas eventos marcantes que permanecem na memória dos consumidores, vêm ganhando relevância ao discutir quais são as características das experiências que as tornam efetivamente memoráveis. Kim (2014) desenvolveu um modelo estrutural descritivo dos componentes de destinos que promovem ETM, composto por 10 dimensões e 33 itens. Entretanto, verifica-se a inexistência de estudos que testaram ou adaptaram o modelo para contextos e culturas diferentes daqueles estudados no artigo original (Taiwan). Partindo desta lacuna, o objetivo desta pesquisa foi testar as escalas e os construtos do modelo de Kim (2014) para descrever e mensurar os atributos de destinos que promovem ETM para viajantes brasileiros. O processo de validação da escala foi realizado a partir de protocolo de tradução e adaptação do instrumento de pesquisa. A escala foi aplicada a uma amostra de 401 estudantes de instituições brasileiras de ensino superior. A confiabilidade e a validade do instrumento de mensuração foram analisadas por meio de análise fatorial confirmatória e modelagem de equações estruturais. O resultado principal é a apresentação de um modelo adaptado à realidade brasileira composto por 21 itens agrupados em 8 dimensões de atributos do destino: Atividades e Eventos Especiais, Hospitalidade, Apego ao Lugar, Infraestrutura, Qualidade do Serviço, Cultura Local, Geografia Física e Superestrutura. As escalas de mensuração das dimensões Acessibilidade e Gestão do Destino, presentes no modelo original de Kim (2014), se revelaram inconsistentes no contexto brasileiro e foram descartadas do modelo. Discute-se que o modelo estrutural de ETM é reflexivo na primeira ordem (mensuração das dimensões) e formativo na segunda ordem, isto é, na relação entre as dimensões e ETM. Os resultados também apontam que a dimensão Geografia Física tem o maior peso na composição das ETM, sendo seguida, em ordem, pelas dimensões Hospitalidade,

¹ Doutoranda em Turismo pela Universidade de São Paulo. Professora do Instituto Federal de São Paulo. Lattes - <http://lattes.cnpq.br/3408683495038995>. E-mail: kogadinapoli@gmail.com

² Mestranda em Turismo pela Universidade de São Paulo. Bolsista Capes. <http://lattes.cnpq.br/5218062184276567>. E-mail: anandabastos@usp.br. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

³ Doutora em Administração. Professora Adjunta da Universidade Federal do Paraná. <http://lattes.cnpq.br/6529509228250270>. E-mail: marifcoelho@gmail.com

⁴ Doutor em Economia do Turismo pela Universitat de les Illes Balears e doutor em Administração pela Universidade de São Paulo. Professor Associado do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo. <http://lattes.cnpq.br/1514075651545397>. E-mail: glauber.santos@usp.br



XX SEMINÁRIO ANPTUR

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA TURISMO E HOSPITALIDADE NO BRASIL

Infraestrutura, Qualidade do Serviço e Atividades e Eventos especiais. Superestrutura, Cultura local e Apego ao Lugar não apresentaram efeitos significantes sobre as ETM. Estes resultados devem ser considerados nos processos de planejamento e gestão de destinos turísticos para que estes promovam ETM e, conseqüentemente, ampliem as intenções de comportamentos favoráveis, como de retorno ao destino e sua indicação a outros turistas.

Palavras-chave: Modelo de equações estruturais; Análise fatorial confirmatória; Tradução; Adaptação de escala; SEM-PLS.