Revista **Turismo** & Desenvolvimento | n.º **29** | 2018 | [**107** - 123]
e-ISSN 2182-1453

Turismo académico: Um estudo sobre os **estudantes Erasmus** na Universidade de Aveiro

Academic tourism: A study about the **Erasmus students** at the University of Aveiro

SÍLVIA DE CASTRO LOURENÇO * [silvia.castro.lourenco@gmail.com]

ZÉLIA BREDA ** [zelia@ua.pt]

ELISABETH T. PEREIRA *** [melisa@ua.pt]

Resumo | Este trabalho tem como objetivo analisar o conceito de turismo académico, inserido na esfera do turismo educacional, e aplicar o conceito aos estudantes que realizaram mobilidade internacional ao abrigo do Programa Erasmus na Universidade de Aveiro, entre 2006 e 2012. Para tal, foi aplicado um inquérito por questionário a estes estudantes que permitiu concluir que a sua experiência positiva é naturalmente enriquecedora para a Universidade de Aveiro, permitindo a captação crescente de estudantes internacionais, tendo consequentemente uma importância económica e cultural de grande impacte na cidade, por extravasamento natural do seu campus.

Palavras-chave | Turismo académico, turismo jovem, estudantes Erasmus, Universidade de Aveiro

Abstract | The main objective of this work is to analyze the concept of academic tourism, within the sphere of educational tourism, and apply this concept to international mobility exchange students who undertook the Erasmus Program at the University of Aveiro between 2006 and 2012. For this purpose, a questionnaire applied to these students allowed to conclude that their positive experience is enriching for the University of Aveiro, allowing the increasing attraction of international students, and consequently economic and cultural spillovers to the Aveiro city.

Keywords | Academic tourism, youth tourism, Erasmus students, University of Aveiro

* **Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo** pela Universidade de Aveiro.
** **Doutora em Turismo** pela Universidade de Aveiro. **Professora auxiliar** do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro e **Membro integrado** da Unidade de Investigação 'Governança, Competitividade e Políticas Públicas'.
*** **Doutora em Gestão Industrial** pela Universidade de Aveiro. **Professora auxiliar** do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro e **Membro integrado** da Unidade de Investigação 'Governança, Competitividade e Políticas Públicas'.

1. Introdução

O turismo académico tem vindo a crescer nos últimos anos como resultado de programas relacionados com o intercâmbio de estudantes entre Instituições de Ensino Superior (IES). Além disso, este fenómeno de mobilidade é também fomentado por estratégias de internacionalização das IES, sendo relevante para elas, mas também para os destinos onde estas se localizam, especialmente centros populacionais de pequena dimensão onde este fenómeno tem um impacte significativo a diferentes níveis, fruto da utilização de recursos por parte destes estudantes. Uma das maiores vantagens deste segmento é o tempo de permanência no destino, que pode variar entre um e dois semestres. A duração da estada, mais longa comparativamente à de um turista regular, permite contrariar a sazonalidade inerente ao turismo e traz benefícios ao longo de todo o ano. Os estudantes internacionais são também particularmente promissores no que diz respeito à tendência para repetir visitas aos destinos onde realizaram as suas mobilidades e de os recomendar também a familiares e amigos (Gardiner, Brian, & Wilkins, 2013; Martínez-Roget & Pawlowska, 2009), assim como também de receber a sua visita durante o período em que estão em mobilidade (Pearce & Moscardo, 2006). Desta forma, o turismo académico vai ganhando notoriedade e os números justificam alguma atenção.

O presente estudo, de natureza exploratória, tem como objetivo apresentar o conceito de turismo académico, verificar como este se relaciona com outros segmentos de mercado, e aferir as motivações que levam os estudantes a participar em programas de mobilidade. Em particular, através do estudo empírico levado a cabo junto de estudantes de mobilidade internacional ao abrigo do Programa Erasmus da Universidade de Aveiro, pretende-se conhecer o perfil destes estudantes, nomeadamente no que diz respeito à forma como utilizam os recursos turísticos ao longo da sua estadia, bem como os níveis de recomendação e fidelização ao destino.

Com este propósito, após esta breve introdução, é apresentada uma revisão de literatura que suporta o conceito de turismo académico e as suas relações com o turismo jovem e a mobilidade de estudantes do ensino superior em mobilidade internacional. Na secção 3 é descrita a metodologia aplicada para estudar o caso do turismo académico dos estudantes Erasmus incoming na Universidade de Aveiro, em Portugal. Na secção 4 procede-se à análise e discussão dos resultados e na secção 5 são apresentadas as conclusões.

2. Enquadramento teórico

2.1. Turismo académico

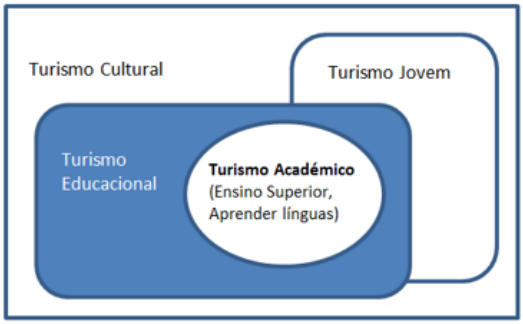
Ritchie (2003, citado por Williams, 2010) aponta o turismo educacional como a atividade turística levada a cabo por aqueles que pernoitam nos destinos, ou que fazem parte de excursões, para os quais o ensino e a aprendizagem representam uma parte primária ou secundária da viagem. Isto inclui viagens de estudo para adultos, viagens escolares nacionais e internacionais de escolas e universidades, incluindo escolas de línguas, excursões escolares e programas de intercâmbio.

Para Malta e Carneiro (2005), são exemplos de produtos turísticos educacionais as mobilidades e intercâmbios de estudantes, viagens escolares, cursos de línguas no estrangeiro, visitas de estudo, reuniões científicas e conferências, férias educacionais articuladas com modalidades de turismo cultural e/ou ecoturismo com forte componente de elementos de aprendizagem.

O turismo académico, dentro do universo do turismo educacional, pode definir-se como as estadas temporais dos estudantes em IES, fora dos seus locais de residência habitual, por períodos inferiores a um ano. Este novo segmento tem

registado um crescimento significativo nos últimos anos, impulsionado por diferentes programas de intercâmbio (Martínez-Roget, Pereira-López & Pawlowska, 2013; Nash, Martin, Pearce, & Sale, 2016).

Rodríguez, Martinez-Roget e Pawlowska (2012) demonstram que existe uma relação entre o turismo académico, o turismo cultural, o turismo jovem e outras viagens e deslocações com o propósito educacional, como se pode observar na figura 1.



Fonte: Adaptado de Rodríguez et al. (2012, p. 1584)

Figura 1 | Relação entre turismo académico e outros tipos de turismo

Em suma, o turismo académico define-se como um tipo distinto de turismo que inclui estadas realizadas em IES em locais distintos da residência habitual dos visitantes, por períodos de tempo inferiores a um ano e cujo principal objetivo é passar um período de mobilidade académica numa IES ou aprender cursos de línguas organizados por estas (Rodríguez et al., 2012).

2.2. Turismo jovem

O turismo jovem é um segmento de mercado que tem vindo a ganhar importância ao longo do tempo. De acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT), em colaboração com a *World Youth Student and Educational Travel Confederation* (WYSETC)[1] (UNWTO & WYSETC, 2011), estima-se que a indústria do turismo jovem represente globalmente cerca de 190 milhões de viagens internacionais por ano, registando um crescimento muito rápido. A WYSETC reportou que em 2015 este segmento iria ultrapassar o segmento de negócios (WYSETC Travel Confederation, 2014), estimando-se que, em 2020, haverá quase 300 milhões de viagens internacionais de jovens por ano (UNWTO & WYSETC, 2011).

Richards e Wilson (2006) identificaram alguns fatores que ajudaram a estimular o crescimento do turismo jovem:

- Fatores relacionados com a mobilidade, como o aumento do número de linhas aéreas *low cost* e o aumento das viagens de autocarro de longa distância especificamente direcionadas para jovens viajantes, vêm permitir aos jovens, que têm orçamentos relativamente baixos, adquirir viagens mais facilmente.

- Contratos de trabalho mais curtos que levam a intervalos entre empregos. Para viajar é necessário tempo, e atualmente muitos jovens não necessitam de aguardar pelas férias para a realização de viagens, pois o pró-

[1] Intitula-se como a maior e mais poderosa rede de operadores de viagem para jovens e estudantes. É uma associação global sem fins lucrativos dedicada a apoiar este mercado.

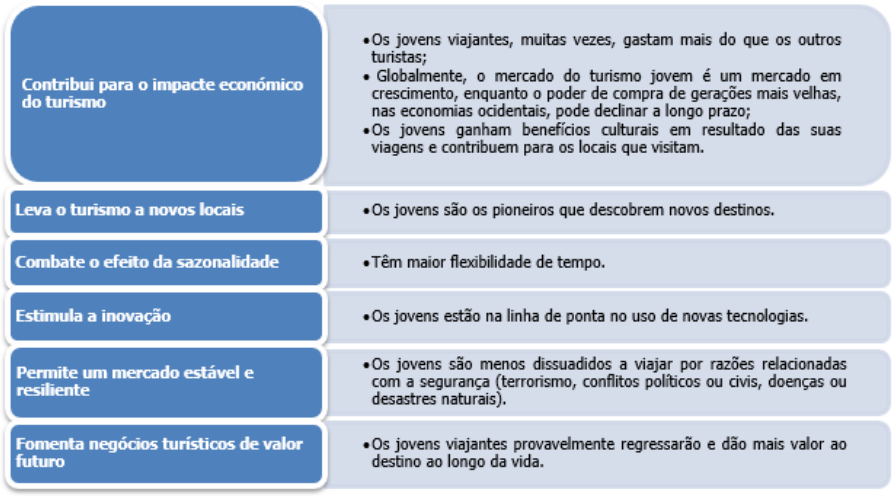
prio mundo do trabalho tem sofrido mudanças que permitem uma maior existência de tempo livre, embora seja tempo nem sempre desejado.

• O crescimento de fornecedores direcionados a estudantes e a viajantes independentes. Os operadores turísticos já vão tomando consciência da importância que este segmento vai adquirindo no mercado do turismo e, por isso, criam ofertas que vão ao encontro das necessidades específicas dos jovens.

• O crescimento global da cultura da Internet pode ser um dos fatores mais importantes no fomento do turismo jovem. Novos destinos estão acessíveis aos jovens que, muitas vezes, não procuram os destinos de massas. A preparação da viagem é também feita de forma diferente, sendo que as opiniões de outros viajantes jovens, conselhos e outros detalhes que permitem a preparação da viagem têm grande importância. Também o crescimento de guias de viagem independentes, como o *Rough Guide* e o *Lonely Planet*, pelas suas características, fomentam o turismo entre os jovens.

• O crescente aumento da importância dada a esta experiência, que é também reconhecida como relevante no desenvolvimento pessoal e na criação da identidade pessoal. Desta forma, não ter viajado irá cada vez mais ser conotado como uma falha de experiência.

A OMT (2008) aponta como principais motivos de viagem por parte dos jovens: (i) explorar outras culturas, (ii) aumentar o conhecimento, (iii) experimentar um dia a dia diferente, (iv) interagir com as populações locais e (v) relaxar mentalmente. Verifica-se, portanto, que os jovens não têm, geralmente, um motivo único para viajar e os próprios motivos podem alterar-se no decorrer da viagem (Mintel, 2006). Assim, o turismo jovem diz respeito a um segmento que inclui pessoas que são tendencialmente mais aventureiras e que têm uma grande vontade de conhecer diferentes locais, saindo dos circuitos de turismo habituais, o que permite que os seus gastos beneficiem mais facilmente as economias locais (Mintel, 2006). Os principais benefícios do turismo jovem para os destinos estão descritos na figura 2.



Fonte: Baseado em UNWTO e WYSETC (2011)

Figura 2 | Principais benefícios do turismo jovem

2.3. Estudantes internacionais e turismo académico

Os estudantes internacionais são, de acordo com a Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO, 2009, citado por Gardiner et al., 2013), estudantes que deixam os seus países ou territórios de origem mudando-se para outro país ou região com o objetivo de aí estudarem. Por estarem fora do seu local de residência habitual estes estudantes podem ser considerados turistas, mas outras especificidades em relação a viagens são apontadas aos mesmos.

Os estudantes internacionais procuram conhecer os destinos e acabam, assim, por impulsionar o turismo nesses locais. Rodríguez et al. (2012) apontam cinco características distintivas do turismo académico:

1. O objetivo da estada é o de participar em cursos organizados por IES;

2. A duração da estada é tipicamente maior do que noutros tipos de turismo, embora com a salvaguarda de que deve ser inferior a um ano;

3. Os padrões de consumo ao longo da estada são mais parecidos com os consumos dos residentes, e não tão similares aos consumos considerados 'normais' para turistas;

4. O tipo de alojamento usado é tipicamente diferente do utilizado pelos turistas convencionais. Os estudantes estrangeiros tendem a ficar em apartamentos partilhados, residências de estudantes, com famílias e em alojamentos preparados pelas faculdades;

5. A capacidade de gerar novas visitas é grande, uma vez que grande parte destes estudantes recebe visitas de familiares e amigos ao longo da sua estada.

O turismo académico pode ser também doméstico, ou seja, pode referir-se à deslocação do estudante para um período (inferior a um ano) de estudos dentro do próprio país, desde que fora do local de residência habitual. O facto de este segmento de turismo se relacionar exclusivamente com estudantes, e de os estudantes surgirem como ávidos à visita e à vontade de conhecerem o meio em que estão inseridos, faz com que este seja um segmento a ter em especial consideração.

A escolha de uma IES no estrangeiro pode ter vários motivos, podendo essa escolha ser baseada na qualidade do ensino, na reputação internacional, no reconhecimento de qualificações obtidas anteriormente, no número de estudantes internacionais já presentes na instituição, no tamanho das redes internacionais e na reputação dos seus antigos estudantes (Mazzarol & Soutar, 2002, citado por Juvan & Lesjak, 2013).

A localização da instituição de acolhimento é apontada como um dos fatores que mais influencia na tomada de decisão dos estudantes em relação ao seu destino ao abrigo do Programa de mobilidade Erasmus (Bótas & Huisman, 2013).

Os estudantes internacionais são particularmente promissores no que diz respeito à tendência para revisitar o(s) destino(s) onde realizaram a(s) sua(s) mobilidade(s) e de o(s) recomendar também a familiares e amigos (Gardiner et al., 2013). Por outro lado, os estudantes internacionais podem também receber a visita de familiares e amigos ao longo dos períodos em que realizam as suas mobilidades. As visitas que os estudantes recebem podem ser incluídas num segmento de mercado conhecido por Visita a Familiares e Amigos (VFA). O mercado VFA é ainda pouco estudado, no entanto, dentro do mercado VFA é possível encontrar duas formas de alojamento: ficar alojado unicamente com familiares e amigos e recorrer a algum tipo de alojamento turístico (Pearce & Moscardo, 2006). Importa não esquecer que os familiares e amigos que estes estudantes recebem atuam depois como um mecanismo eficaz de promoção através do *word-of-mouth* (Martínez-Roget et al., 2013; Williams, 2010). Através desta via estamos,

mais uma vez, perante um aumento de possíveis promotores e embaixadores do destino.

A uma maior satisfação dos estudantes corresponde, naturalmente, uma maior fidelização ao destino. Esta fidelização pode refletir-se também na riqueza gerada por estes em visitas futuras. Assim, enquanto destino, importa que os estudantes internacionais se sintam acolhidos, bem como as suas visitas, para que o acolhimento de estudantes Erasmus seja produtivo e perdure no tempo.

3. Metodologia

O procedimento metodológico desta pesquisa englobou um conjunto de etapas e processos. A etapa teórica permitiu conhecer melhor o objeto em estudo e definir os objetivos, assim como possibilitou que a etapa empírica fosse realizada baseada no conhecimento adquirido através do enquadramento teórico. Foram então definidos os métodos e as técnicas de investigação adequados ao objeto em estudo. A recolha de dados permitiu a aplicação do trabalho a uma realidade e teve por base dados primários e secundários. Os dados de fontes secundárias tiveram origem na informação respeitante aos programas de mobilidade europeus, enquanto a recolha dos dados primários implicou a definição da população em estudo, da técnica de recolha de dados e do método de administração do mesmo. O Gabinete de Relações Internacionais (GRI) da Universidade de Aveiro (UA) disponibilizou, para realização deste trabalho, uma base de dados contendo os registos de todos os estudantes em mobilidade na UA ao abrigo do programa Erasmus entre 2006 e 2012, que totalizavam 1.437 estudantes. Para a recolha de dados primários, optou-se por utilizar um inquérito por questionário dirigido a estes estudantes.

A estrutura do inquérito por questionário dividiu-se em quatro partes. A primeira parte englobava questões referentes ao período de preparação para o programa Erasmus, enquanto a segunda parte concentrava as questões que diziam respeito às atividades do estudante ao longo do seu período de mobilidade. A terceira parte centrava-se em questões do que diziam respeito ao período após o Erasmus e a quarta, e última, parte do questionário prendia-se com os dados sociodemográficos e académicos do inquirido.

Algumas das questões que faziam parte deste questionário tiveram por base os questionários sobre a satisfação dos estudantes Erasmus elaborados pela Faculdade de Economia da Universidade do Porto e pela Faculdade de Ciências e Tecnologias da Universidade Nova de Lisboa. Também o estudo de Ellis e Art (2013) foi considerado, principalmente para as questões relacionadas com a satisfação dos estudantes, tanto em termos académicos como sociais. As questões relacionadas com o turismo foram baseadas nos modelos dos inquéritos de satisfação ao turista, como o ATLAS (Richards, 2010) e o "Relatório de Estudo 'Satisfação de Turistas' – Vaga de Inverno" (Turismo de Portugal, 2014).

Quanto à amostra considerada, do total dos 1.437 estudantes que estiveram na UA ao abrigo do programa Erasmus, entre 2006 e 2012, verificou-se que 21 não tinham contacto de *e-mail*, pelo que o primeiro contacto foi realizado a 1.416 estudantes. Após o primeiro contacto efetuado não foram entregues 164 mensagens. Foram também identificados mais 13 *e-mails* não entregues cujo contacto alternativo tinha domínio da Universidade de Aveiro. Foram ainda identificados, embora sem aviso de não entregue, mais quatro estudantes cuja única opção de contacto era endereço de correio eletrónico de domínio da UA. Identificaram-se ainda cerca de 95 estudantes cujo único contacto era o endereço eletrónico de domínio da universidade de origem, o qual pode ter o seu uso descontinuado, fazendo descer ainda mais o número de estudantes que efetivamente receberam o pedido para colaborar no estudo. Estima-se assim, que a mensagem tenha chegado a aproximadamente

1.140 estudantes.

De acordo com Bryman (2012), a taxa de resposta pode ser calculada da seguinte forma: (número de respostas válidas / (amostra total – membros da amostra incontactáveis)) x 100. Neste caso, e apesar dos esforços efetuados, a taxa de resposta foi de 26,7% ((305/1.140) x 100), tendo-se considerado como o número de respostas válidas o número total de respostas obtidas à primeira questão do questionário, de modo a evitar eventuais perdas de informação.

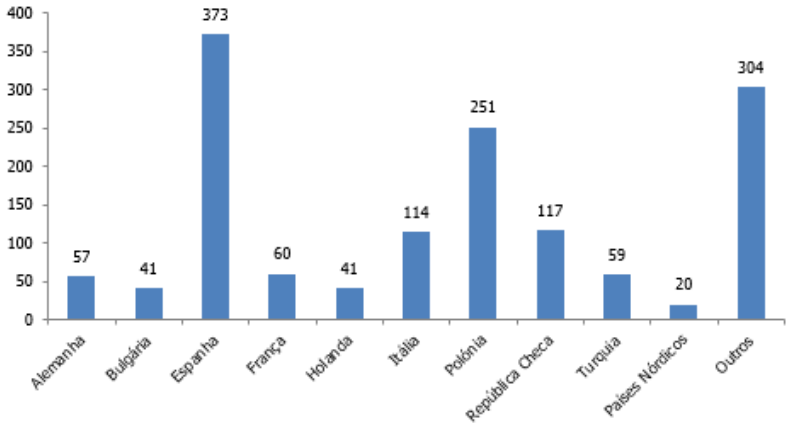
Os dados recolhidos através do inquérito por questionário foram analisados recorrendo ao *Excel* e ao *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), tendo sido realizadas análises univariadas. Os resultados obtidos estão descritos na secção seguinte.

4. Apresentação dos resultados

4.1. Perfil dos estudantes Erasmus na UA

4.1.1 Dados sociodemográficos

Através dos dados obtidos junto do GRI da UA verifica-se que, no período 2006-2012, a UA recebeu 1.437 estudantes Erasmus, 55% dos quais eram do género feminino e 45% do género masculino. Observa-se também que a grande maioria era proveniente de Espanha, seguindo-se dos estudantes com origem na Polónia (Figura 3).



Fonte: Elaboração própria com base nos dados do GRI

Figura 3 | País de origem dos estudantes Erasmus da UA entre 2006 e 2012

Em relação aos dados da amostra em estudo (Tabela 1) concluiu-se que:

- 57,9% são do género feminino e 42,1% do género masculino.
- a média de idade dos inquiridos ronda os 27 anos, sendo o grupo dos 22 aos 26 anos o de maior expressão (51,6%);
- das 22 nacionalidades dos inquiridos deste estudo, as que mais se destacam são a polaca (17,6%) e a espanhola (14,4%);
- grande parte dos inquiridos estão empregados por conta de outrem (53,7%) ou criaram o seu próprio emprego (7,9%). Verifica-se ainda que 22,6% ainda são estudantes.

Tabela 1 | Dados sociodemográficos dos inquiridos

Sexo	**Freq.**	**%**
Feminino	110	57,9%
Masculino	80	42,1%
Total	190	100%
Idade	**Freq.**	**%**
22-26 anos	98	51,6%
27-30 anos	76	40,0%
31-34 anos	16	8,4%
Total	190	100%
Nacionalidade	**Freq.**	**%**
Austríaca	9	4,8%
Belga	3	1,6%
Bielorrussa	1	0,5%
Búlgara	3	1,6%
Croata	8	4,3%
Checa	13	6,9%
Holandesa	2	1,1%
Finlandesa	1	0,5%
Francesa	8	4,3%
Alemã	14	7,4%
Grega	3	1,6%
Húngara	3	1,6%
Italiana	13	6,9%
Letã	5	2,7%
Lituana	4	2,1%
Polaca	33	17,6%
Romena	8	4,3%
Sérvia	12	6,4%
Eslovaca	7	3,7%
Eslovena	2	1,1%
Espanhola	27	14,4%
Turca	9	4,8%
Total	188	100%
Situação perante o trabalho	**Freq.**	**%**
Empregado	102	53,7%
Emprego próprio	15	7,9%
Estudante	43	22,6%
Desempregado	16	8,4%
Dona de casa	2	1,1%
Outro	12	6,3%
Total	190	100%

Fonte: Elaboração própria

4.1.2. Dados académicos

No que diz respeito aos dados académicos da amostra em estudo foi apurado o seguinte (Tabela 2):

- obtiveram-se respostas de diversos anos académicos, no entanto, talvez explicado pela maior distância temporal, o ano académico de 2005/2006 foi o que apresentou menos respostas (0,5%) e o ano académico de 2011/2012 o que apresentou mais respostas (22,1%);

- 82,1% dos inquiridos realizaram um período de mobilidade na UA ao abrigo do programa Erasmus e 17,9% ao abrigo do acordo

Campus Europae;

• 46,3% dos inquiridos realizaram um ano completo de mobilidade Erasmus na UA, sendo que grande parte (47,9%) realizou a mobilidade ao nível do 2º ciclo, que corresponde, no processo de Bolonha, ao mestrado.

• as áreas de estudos predominantes são a das Engenharias e Tecnologias (24,7%), seguindo-se dos Estudos Comerciais, Ciências de Gestão (21,1%).

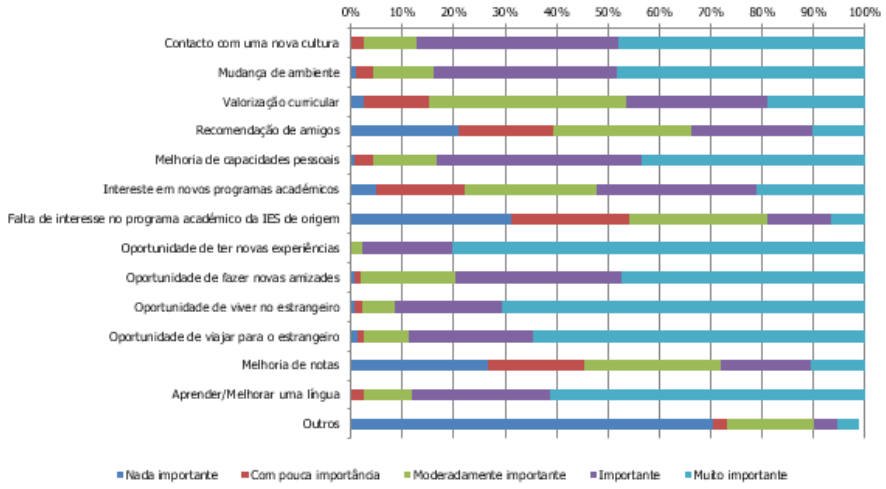
Tabela 2 | Dados sociodemográficos dos inquiridos

Ano académico	**Freq.**	**%**
2005/2006	1	0,5%
2006/2007	28	14,7%
2007/2008	14	7,4%
2008/2009	21	11,1%
2009/2010	25	13,2%
2010/2011	33	17,4%
2011/2012	42	22,1%
2012/2013	26	13,7%
Total	190	100%
Tipo de acordo de mobilidade	**Freq.**	**%**
Erasmus	156	82,1%
Campus Europae	34	17,9%
Total	190	100%
Semestre de Realização de Erasmus	**Freq.**	**%**
1º semestre	51	26,8%
2º semestre	51	26,8%
Todo o ano académico	88	46,3%
Total	190	100%
Ciclo de realização de Erasmus	**Freq.**	**%**
1º ciclo	61	32,1%
2º ciclo	91	47,9%
3º ciclo	38	20%
Total	190	100%
Área de estudos	**Freq.**	**%**
Ciências agrárias	1	0,5%
Arquitetura, planeamento urbanístico e regional	4	2,1%
Arte e design	7	3,7%
Estudos comerciais, ciências de gestão	40	21,1%
Educação, formação de professores	17	8,9%
Engenharia, tecnologia	47	24,7%
Geografia, geologia	2	1,1%
Humanística	3	1,6%
Línguas e filologias	23	12,1%
Matemática, informática	10	5,3%
Ciências médicas	2	1,1%
Ciências naturais	25	13,2%
Ciências sociais	2	1,1%
Comunicação e ciências da informação	7	3,7%
Total	190	100%

Fonte: Elaboração própria

4.2. Motivações para a mobilidade e escolha do destino

Os inquiridos destacam como muito importante para a decisão de se candidatarem ao programa Erasmus a oportunidade para ter novas experiências (80,3%), a oportunidade de viver (70,7%) e de viajar (64,5%) (Figura 4). Em outros motivos destaca-se a confirmação de independência.



Fonte: Elaboração própria

Figura 4 | Motivações para a candidatura ao Programa Erasmus

Nas razões apontadas para a escolha da UA enquanto destino de mobilidade internacional, surge o facto de a UA ser uma boa universidade (54,3%) e de ter disciplinas interessantes (50,0%). Outro fator considerado importante por 52,7% dos estudantes foi o facto de a UA ser a única IES que tinha acordo bilateral com a universidade de origem (Figura 5).

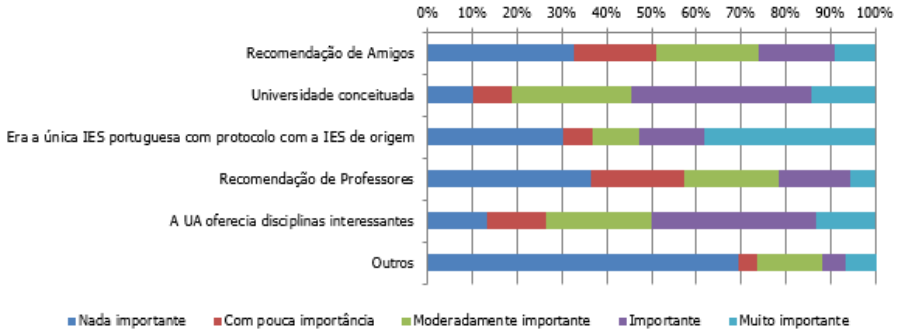
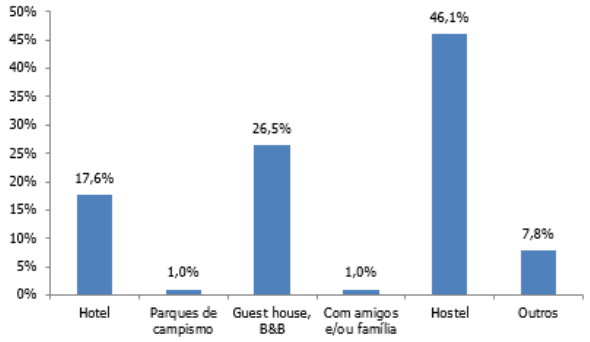


Figura 5 | Motivações para a escolha da UA como destino Erasmus

4.3. Alojamento

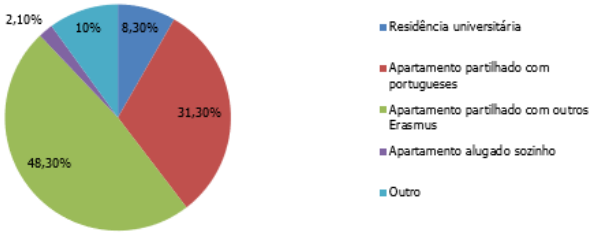
O primeiro grande desafio que se coloca aos estudantes aquando da sua chegada à cidade onde vão realizar a sua mobilidade Erasmus é a procura de alojamento. Enquanto não encontram alojamento permanente, os estudantes recorrem a alternativas provisórias. Dos inquiridos, 57,5% não usaram um alojamento turístico antes de encontrar a residência permanente, enquanto 42,5% recorreram a esta solução temporariamente. Dos que ficaram num alojamento turístico temporariamente, 74,5% foi por um período entre um e cinco dias, 19,6% por um período entre cinco e dez dias e 5,9% por um período superior a dez dias. O tipo de alojamento mais utilizado foi o *hostel* com 46,1% (Figura 6).



Fonte: Elaboração própria

Figura 6 | Alojamento utilizado provisoriamente aquando da chegada a Aveiro

Como alojamento permanente, os estudantes Erasmus recorreram maioritariamente (48,3%) à partilha de apartamento com outros estudantes Erasmus (Figura 7). A percentagem de estudantes Erasmus que partilharam alojamento com estudantes portugueses é também significativa (31,3%).

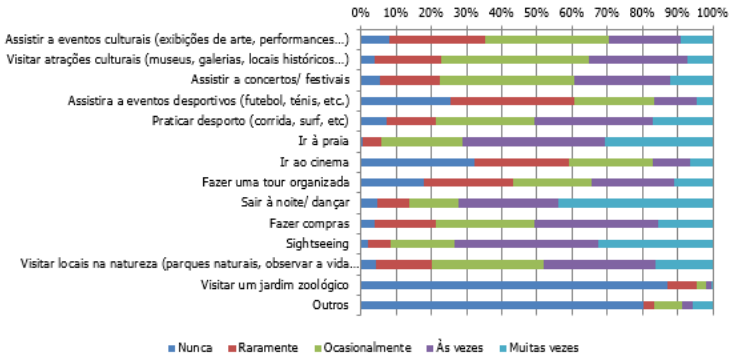


Fonte: Elaboração própria

Figura 7 | Alojamento permanente em Aveiro

4.4. Principais atividades realizadas

Durante a estadia em Aveiro, os estudantes Erasmus tinham como principal atividade as saídas à noite, que são referidas por 43,8% dos estudantes como realizadas frequentemente (Figura 8). O *sightseeing* também é realizado muitas vezes, sendo referido por 32,5% dos estudantes, e as idas à praia são também um hábito referido por 30,6% dos inquiridos. Verifica-se que são os estudantes de nacionalidade polaca que realizam mais estas atividades. Para as saídas à noite, 20% do total de estudantes que escolheu a opção 'muitas vezes' são polacos, assim como para o *sightseeing* (30,6%) e para as idas à praia (23,3%).



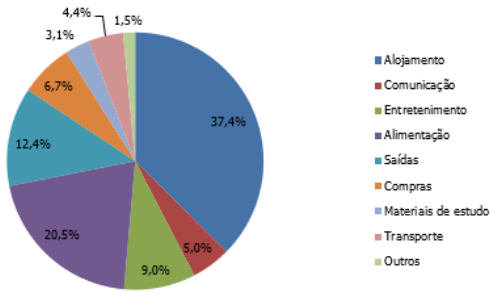
Fonte: Elaboração própria

Figura 8 | Atividades de tempos livres realizadas em Portugal

4.5. Despesas mensais

Em relação ao quotidiano na cidade de Aveiro, aferiu-se que 40% dos estudantes consideraram que o custo de vida que encontraram durante a sua mobilidade Erasmus em Portugal era similar ao custo de vida no seu país de residência (40%). As percentagens de estudantes que consideram que foi mais alto e mais baixo apresentam valores muito próximos (19,6% e 20,9%, respetivamente).

Apurou-se que os gastos mensais dos estudantes Erasmus em Aveiro rondavam, em média, os 470€. O mínimo referido foi 150€e o máximo 800€. Esse valor é repartido por várias componentes, conforme representado na figura 9, sendo a maior fatia do orçamento para o alojamento (37,4%), seguindo-se da alimentação (20,6%) e das saídas (12,4%).

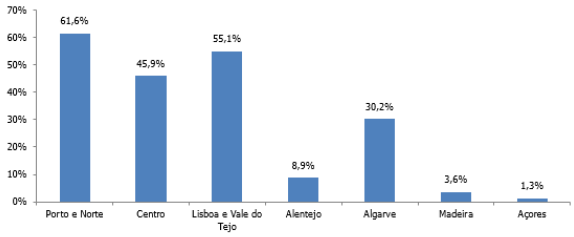


Fonte: Elaboração própria

Figura 8 | Atividades de tempos livres realizadas em Portugal

4.6. Caraterísticas das viagens

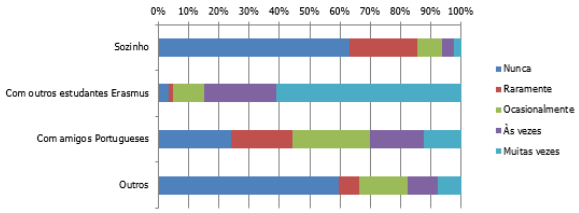
Todos os inquiridos tiveram oportunidade de visitar outras zonas de Portugal para além de Aveiro durante a sua mobilidade (Figura 10). As regiões mais visitadas foram a região do Norte (61,6%), Lisboa e Vale do Tejo (55,1%) e a região Centro (45,9%), onde, para além de Aveiro, os estudantes visitaram Coimbra, Fátima, entre outras cidades.



Fonte: Elaboração própria

Figura 10 | Regiões visitadas ao longo do Erasmus

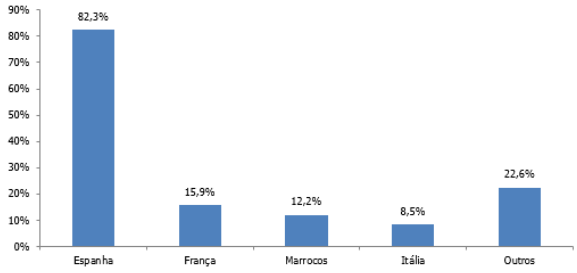
A grande parte das viagens realizadas pelos estudantes Erasmus dentro de Portugal foi efetuada na companhia de outros estudantes Erasmus (60,9%) (Figura 11). Na opção 'outros', destacam-se as visitas que os estudantes receberam ao longo das suas mobilidades, questão que irá ser explorada mais à frente neste trabalho.



Fonte: Elaboração própria

Figura 11 | Companhia nas viagens em Portugal

Por fim, para além das visitas realizadas dentro de Portugal durante a sua mobilidade, 71,9% dos estudantes inquiridos realizaram ainda visitas a outros países. Espanha destaca-se como o país mais visitado (82,3%), seguindo-se a França (15,9%) e Marrocos (12,2%) (Figura 12). A proximidade de Portugal a estes países pode justificar esta preferência em termos de visita.

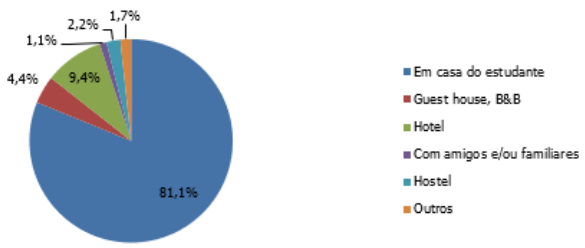


Fonte: Elaboração própria

Figura 12 | Países visitados durante o período de mobilidade Erasmus

4.7. Visita de familiares e amigos

78,9% dos inquiridos (n=228) recebeu a visita de familiares e amigos, em média cinco visitantes, durante a sua estadia em Aveiro. Estes visitantes ficaram alojados, na grande maioria das vezes (81,1%), em casa dos estudantes (Figura 13).



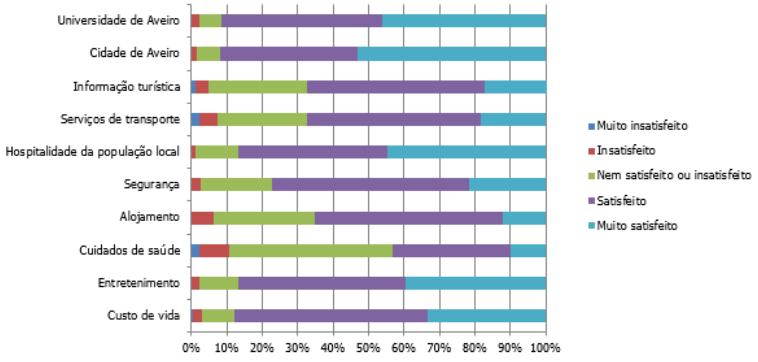
Fonte: Elaboração própria

Figura 13 | Países visitados durante o período de mobilidade Erasmus

Dos visitantes recebidos pelos estudantes, 93,9% visitaram outras cidades para além de Aveiro, tendo, na sua grande maioria, visitado a região do Porto e Norte (88,2%), seguindo-se a região de Lisboa e Vale do Tejo (59,2%) e a região Centro (36,7%).

4.8. Recomendação e fidelização

A esmagadora maioria dos inquiridos (95,9%) recomenda a UA para a realização do programa Erasmus. A boa localização da universidade (41,9%) e as atividades de tempo livre (36,1%) são apontadas como muito importantes para a recomendação da UA para a realização de um período de mobilidade. Os inquiridos mostraram-se igualmente muito satisfeitos com a cidade de Aveiro (53,2%) e com a UA (46,3%) (Figura 14). A hospitalidade da população local deixou 44,7% dos inquiridos muito satisfeitos e o entretenimento 39,5%.



Fonte: Elaboração própria

Figura 14 | Níveis de satisfação dos estudantes em relação à cidade

97,9% dos inquiridos afirmam que recomendariam Portugal como destino turístico e 48,9% voltaram a Portugal desde o final do programa Erasmus em Aveiro. As férias são a principal razão para a deslocação a Portugal, sendo apontada por 39,8% dos inquiridos. A segunda razão mais referida é a visita a familiares e amigos (33,3%). A grande maioria dos inquiridos (79,6%) passou em Portugal cinco ou mais dias na última visita, gastando, em média, 575€na sua estada (60,2% gastou até 400€).

5. Discussão dos resultados

As razões que mais pesam para a decisão de concorrer ao programa Erasmus são a oportunidade de ter novas experiências e a oportunidade de viver e de viajar no estrangeiro. Estes resultados alinham-se com as conclusões do estudo de Monteiro e Gomes (2014), que destaca que o motivo fundamental apontado pelos estudantes é a experiência cultural e não o programa educacional. Neste trabalho também surgem como prioritárias as novas experiências e não tanto as questões do foro académico.

A mobilidade internacional é uma experiência que proporciona aos jovens a inserção numa nova cultura e a exploração de um novo país. Portugal, pelas suas dimensões e pela sua localização, permite aos estudantes internacionais a oportunidade de conhecer o país de norte a sul. Além disso, os estudantes referem ainda terem tido tempo para visitar outros países ao longo do período da mobilidade.

Atualmente, os cerca de 7% de estudantes estrangeiros em IES portuguesas geram 350 milhões de euros em receitas, calculadas a partir das taxas escolares, alojamento, transporte, alimentação e outros (Borges, 2014). Os estudantes Erasmus têm um impacte económico importante na localidade em que estão sediados, mas quando usam os recursos turísticos disponíveis para as suas viagens estes impactes alastram a todo o território. Para Martínez-Roget et al. (2013), para calcular o impacte direto gerado na região tem de se multiplicar o número de turistas pelo gasto médio, sendo mais complicado encontrar um multiplicador económico regional sobre as despesas que permita calcular os impactes indiretos (Martínez-Roget, et al., 2013).

Seguindo esta premissa, e tendo em conta que, por exemplo, para o ano de 2012 em que a UA recebeu 256 estudantes Erasmus e a média de gastos calculada neste estudo é de 470€mensais, podemos aferir que o impacte económico direto rondou os 120.320 euros por mês na cidade de Aveiro. Mais uma vez aqui se reitera a importância de se prestar atenção às necessidades deste segmento.

A importância que este segmento tem vindo a adquirir nas cidades que mais recebem estudantes internacionais começa a tornar-se notória, uma vez que estes dinamizam a economia local e procuram conhecer o país para além das cidades onde realizam os seus períodos de mobilidade. Assim, as estratégias de promoção do ensino português internacionalmente adquirem grande importância. Convém que Portugal apresente uma estratégia agregada, mostrando a diversidade de universidades e de áreas de ensino, bem como dos atributos que as cidades possuem para a captação de visitantes.

6. Considerações finais

A principal conclusão a retirar deste trabalho é que é positivo para o destino prestar mais atenção ao segmento dos estudantes internacionais, não só pelos impactes e benefícios que trazem para as localidades onde estes realizam as suas mobilidades, como pela importância que estes poderão representar no futuro, quer com novas visitas quer com a recomendação do destino.

O turismo académico, tal como definido neste trabalho, pressupõe a estada do estudante no país de acolhimento por um período inferior a um ano, como é o caso do que se passa com os programas de mobilidade. Mas, existem também benefícios em atrair estudantes para completar ciclos de estudos completos no nosso país e a aprovação do estatuto de estudante internacional veio reforçar a necessidade de prestar atenção a este mercado.

Seria importante a criação de uma marca única que promova internacionalmente Portugal como destino de estudos, nomeadamente a participação em feiras internacionais, com base na cooperação entre entidades ligadas ao turismo e às IES, o que pode resultar numa janela mais ampla e concisa de

promoção internacional do ensino português.

Para Monteiro e Gomes (2014), a pluralidade e concentração dos motivos indicam que o programa Erasmus é uma forma particular de turismo cultural. Como vimos ao longo deste trabalho, o turismo académico não é isolado, encontrando-se interligado com outros tipos de turismo, nomeadamente o jovem e o cultural.

Tal como esperado, os estudantes Erasmus são visitantes ativos ao longo das suas mobilidades, quer seja em viagens domésticas, quer seja em deslocações externas. Têm grande vontade de conhecer a nova cultura em que estão inseridos e gostam de explorar o máximo que podem ao longo do tempo que têm disponível. As principais motivações apontadas pelos estudantes (ter novas experiências, viver no estrangeiro e viajar) dizem respeito às principais caraterísticas do turismo jovem e contribuem principalmente para o desenvolvimento dos jovens. Assim, estes estudantes procuram na experiência de mobilidade académica a possibilidade de se desenvolverem pessoal, social e culturalmente, sendo a mobilidade académica muito mais do que uma forma de turismo, mas uma forma de enriquecimento pessoal.

O turismo académico é um segmento que começa agora a ter alguma visibilidade no panorama da investigação em turismo. Por movimentar um elevado número de estudantes anualmente, também as receitas geradas podem ser elevadas. É, por isso, importante que cada IES conheça o perfil dos seus estudantes internacionais de forma a prestar serviços cada vez mais adequados às necessidades dos estudantes que recebe.

Em termos de recomendações para estudos futuros, a realização de um estudo mais aprofundado ao nível nacional revela-se como importante com o objetivo de conhecer dados detalhados de como varia o número de estudantes internacionais nas universidades portuguesas e qual a sua origem. Seria também interessante ter conhecimento ao nível de áreas de estudo que mais atraem estudantes internacionais para Portugal, bem como outros fatores de atração.

Referências

Borges, M. (2014). *Universidades portuguesas recrutam estrangeiros de fora da Europa*. Consultado a 3 de janeiro de 2014, Disponível em `http://operamundi.uol.com.br/conteudo/noticias/33261/universidades+portuguesas+recrutam+estrangeiros+de+fora+da+europa+para+aumentar+receitas.shtml`

Bótas, P., & Huisman, J. (2013). A Bourdieusian analysis of the participation of Polish students in the ERASMUS programme: Cultural and social capital perspectives. *The International Journal of Higher Education Research, 66*(6) 741–754.

Bryman, A. (2012). *Social research methods* (4th ed.). New York: Oxford University Press.

Carneiro, M. J., Guerra, R., & Malta, P. L. (2005). Universidade de Aveiro: Que papel na dinamização da mobilidade de estudantes no âmbito do Erasmus?. *Revista de Turismo & Desenvolvimento*, 2(1), 149-155.

Faculdade de Ciências e Tecnologias (s.d.). *Inquérito final para estudantes Erasmus*. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências e Tecnologias.

Faculdade de Economia (s.d.). *Inquérito: Projecto de tutoria a estudantes de Erasmus Out*. Porto: Universidade do Porto, Faculdade de Economia.

Gardiner, S., Brian, K., & Wilkins, H. (2013). The travel behaviors of international students: Nationality-based constraints and opportunities. *Journal of Vacation Marketing*, 19(4), 287-299.

Juvan, E., & Lesjak, M. (2013). Erasmus Exchange Program: Opportunity for professional growth or sponsored vacations?. *Journal of Hospitality and Tourism Education, 23*(2), 23-29.

Malta, P. A., & Carneiro, M. J. (2005). Turismo e educação, mobilidades e ensino superior: Outras teias da globalização. *Revista de Turismo & Desenvolvimento*, 2(1), 115-128.

Martínez-Roget, F., & Pawlowska, E. (2009). Una aproximación al impacto económico directo del turismo académico: El caso de los intercâmbios Erasmus en la Universidade de Santiago de Compostela. *Revista Galega de Economía*, 18(2), 1-20.

Martínez-Roget, F., Pereira-López, X., & Pawlowska, E. (2013). El turismo académico en Galicia: Outra forma de contribuición de las universidades a las economias locales. *Cuadernos de Turismo*, 32, 229-242.

Mintel (2006). Youth travel market. *Travel & Tourism Analyst* (18). Londres: Mintel International Group.

Monteiro, A., & Gomes, M. R. (2014). A mobilidade académica europeia e o turismo educativo e cultural: Fatores de decisão e de motivação. *Tourism and Hospitality International Journal, 2*(1), 154-173.

Nash, R., Martin, A., Pearce, A., & Sale, A. (2016). What motivates students to study abroad? A comparison of Australia and Scotland's academic tourism sector. *Journal of Hospitality Application & Research, 11*(1), 20-43.

Organização Mundial do Turismo [OMT] (2008). *Youth travel matters: Understanding the global phenomenon of youth travel*. Madrid: Organização Mundial do Turismo.

Pearce, P., & Moscardo, G. (2006) Domestic and visiting friends and relatives tourism. In D. Buhalis & C. Costa (Eds), *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry* (pp. 48-55). Oxford: Elsevier.

Reis, F. L. (2010). *Como elaborar uma tese de mestrado: Segundo Bolonha*. Lisboa: PACTOR – Edições de Ciências Sociais e Política Contemporânea.

Richards, G. (2010). The traditional quantitative approach – Surveying cultural tourists: Lessons from the ATLAS cultural tourism research project. In G. Richards & W. Munsters (Eds.), *Cultural tourism research methods* (pp. 13-32). Oxfordshire: CABI.

Richards, G. & Wilson, J. (2006). Youth and adventure tourism. In D. Buhalis & C. Costa (Eds), *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry* (pp. 40-47). Oxford: Elsevier.

Rodríguez, X. A., Martinez-Roget, F., & Pawlowska, E. (2012). Academic tourism demand in Galicia, Spain. *Tourism Management, 33*(6), 1583-1590.

Rodríguez, X. A., Martinez-Roget, F., & Pawlowska, E. (2013) Academic tourism: A more sustainable tourism. *Regional and sectorial economic studies, 13*(2), 89-98.

Turismo de Portugal (2014). *Relatório de estudo "Satisfação de Turistas"*. Lisboa: Turismo de Portugal.

UNWTO & WYSETC (2011). *The power of youth travel*. AM Reports (Vol. 2). Acedido a 19 de maio de 2014, Disponível em `http://www2.unwto.org/publication/am-reports-volume2-power-youth-travel`

Williams, P. (2010). Educational tourism: Understanding the concept, recognising the value. *Tourism Insights*. Acedido a 24 de abril de 2014, Disponível em `http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Educational+Tourism%3A+Understanding+the+Concept%2C+Recognising+the+Value`

WYSETC Travel Confederation (2014). *Global data, statistics and trends II* (industry review no. 5). Amsterdam: World Youth Student & Educational Travel Confederation.