

ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE DETERMINAN LA IMAGEN DE ESPAÑA COMO DESTINO TURÍSTICO EN LOS PAÍSES LEJANOS CULTURALMENTE.

GEMA PÉREZ TAPIA
BENJAMÍN DEL ALCÁZAR MARTÍNEZ
EVA MARÍA GONZÁLEZ ROBLES

951952059, 951952065, 951952103

gema.perez@uma.es, bdalcazar@uma.es, emgonzalez@uma.es

Universidad de Málaga, Universidad de Málaga, Universidad de Málaga

RESUMEN

Partiendo de la importancia que tiene la imagen en el proceso de elección de un destino turístico, así como en su satisfacción y lealtad, resulta fundamental comprender cuáles son los factores que influyen en la formación de la misma. En este contexto, esta investigación trata de desarrollar y validar empíricamente un modelo que explique los principales factores que la condicionan. En este caso, enmarcados en países lejanos culturalmente, países con un alto potencial de convertirse en emisores de gran importancia a nivel mundial, y, sin embargo, con un alto grado de desconocimiento. Se prevén implicaciones empresariales relevantes. En cuanto a la comunicación de los destinos, y sobre la base de los resultados, los responsables del destino deberán emprender un conjunto de acciones dirigidas mejorar y adecuar la imagen y adaptarla a las motivaciones de los turistas de países lejanos culturalmente.

Palabras clave:

Turismo, Imagen del destino, familiaridad, imagen corporativa, motivaciones, países lejanos culturalmente.