
SAFE AND SECURITY FACTORS IN EUROPEAN CITIES

Rita Carballo Fuentes

Doctora por la ULPGC. Investigadora en la Cátedra UNESCO de Planificación Turística y Desarrollo Sostenible e Instituto TIDES de la ULPGC. Líneas de investigación en seguridad, medio ambiente y turismo.

E.mail: rita.carballo@ulpgc.es

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Facultad de Economía Empresa y Turismo.

Dpcho 3.09. Campus de Tafira. CP35017 Las Palmas de Gran Canaria. España.

Magdalena Carballo Fuentes

Doctora por la ULPGC. Grupo de investigación ECOMAS de la ULPGC.

E.mail: magdalena.carballo@ulpgc.es

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Facultad de Economía Empresa y Turismo. Campus de Tafira. CP35017 Las Palmas de Gran Canaria. España.

Abstract

The present study has the objective to investigate the dimensionality of perceived risk in some European destinations (Madrid, Rome, Paris, London and Berlin) analyzing the typology of risk. The study findings indicate that perceived risk is a multidimensional phenomenon, which includes factors of risk similar to those mentioned in both the consumer behavior literature and in studies on perceived risk in tourism. This objective is undertaken by providing an Exploratory Factor Analysis model (EFA) and Confirmatory Factor Analysis model (CFA). The results confirm the existence of six dimensions of risks and illustrate the complexity of value dimensions that have been shown to be highly sensitive to the tourism experience.

Keywords: perceived risk, safe and security, tourism, factorial analysis.

FACTORES DE SEGURIDAD EN CIUDADES EUROPEAS

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo investigar la dimensionalidad del riesgo percibido en algunos destinos europeos (Madrid, Roma, París, Londres y Berlín) analizando la tipología de riesgo. Los resultados del estudio indican que el riesgo percibido es un fenómeno multidimensional, que incluye factores de riesgo similares a los mencionados en la literatura, tanto en el comportamiento del consumidor como en los estudios sobre la percepción del riesgo en turismo. Este objetivo se lleva a cabo a través un Análisis Factorial Exploratorio (AFE) y un Análisis Factorial Confirmatorio (AFC). Los resultados confirman la existencia de seis dimensiones de riesgos e ilustran la complejidad del valor de estas dimensiones en el riesgo percibido que han demostrado ser muy sensibles a la experiencia turística.

Palabras claves: riesgo percibido, seguridad, turismo, análisis factorial.

SAFE AND SECURITY FACTORS IN EUROPEAN CITIES

1. INTRODUCCIÓN

Una condición fundamental para el desarrollo económico de cualquier región o país es la seguridad (Becken y Hughey, 2013; Slevitch y Sharma, 2008). En el caso del turismo, es aún más importante para promover el desarrollo turístico y atraer turistas al destino. La industria turística es por tanto dependiente de la seguridad (Tarlow y Santana, 2002). La gente no sólo selecciona una región vacacional en base a la imagen y el precio, lo más importante, es la percepción de la seguridad (Pizam, Tarlow y Bloom, 1997). Sin duda los turistas se sienten atraídos por buenas impresiones y la seguridad es esencial para conseguirlo (Hall y O'Sullivan, 1996).

La seguridad de un destino es una cuestión mundial que afecta a todos los países, incluidos los desarrollados (OMT, 2003) y es un elemento de competitividad de los destinos (Cavlek, 2002; Pizam, Tarlow y Bloom, 1997; Reisinger y Mavondo, 2005; Sönmez y Graefe, 1998), ninguna campaña de marketing, aunque se basen en las mayores ventajas de recursos turísticos tendrá éxito si se carece de seguridad en el destino (Reisinger y Mavondo, 2005; Cavlek, 2002). La seguridad es uno de los aspectos más importantes que los turistas potenciales tienen en cuenta al decidir sobre los destinos alternativos (Tsaour, Tzheng y Wang, 1997). Los problemas de seguridad a menudo dependen del destino (Kozak et al., 2007), el riesgo puede ser tanto percibido como no percibido. El riesgo percibido normalmente influye en las decisiones del consumidor, incluso si no existen en la realidad (Mawby, 2000; Sönmez y Graefe, 1998; Pizam, Tarlow y Bloom, 1997). Sin embargo, el riesgo no percibido no afecta el comportamiento del consumidor, incluso si es real y tangible (Barker, Page y Meyer, 2003; George, 2003).

El turismo siempre se ha enfrentado a peligros durante sus viajes, está expuesto a un riesgo directo o indirecto desde el momento de la llegada. A pesar de que los turistas rara vez son víctimas de la violencia, su integridad personal y la de sus bienes están en peligro directamente. Pero debemos distinguir dos aspectos relacionados con la seguridad; la seguridad en lo que se refiere al daño físico que puede ocurrir al sufrir un accidente (integridad personal) y la seguridad en lo que se refiere al daño potencial, que incluyen la delincuencia, el crimen y el terrorismo (seguridad). En este último caso, los turistas son potencialmente más vulnerables al riesgo porque son extranjeros y objetivos fáciles (Korstanje, 2012).

Son múltiples y variados los riesgos que pueden influir en la imagen percibida del destino y en la toma de decisiones de los turistas potenciales (Sönmez y Graefe, 1998; Faulkner, 2001). Existen riesgos generales que afectan tanto a los turistas como a los residentes. Pero los turistas están expuestos a riesgos específicos, tales como las barreras culturales, las leyes y reglamentos en el destino. A estos riesgos se puede añadir otros riesgos potenciales como el terrorismo y bioseguridad.

En este contexto, la contribución de este estudio es determinar las dimensiones más importantes que contribuyen a la formación del riesgo percibido en un destino. Existe una amplia gama de riesgos potenciales que afectan a la imagen y la elección de los turistas. El objetivo de este estudio es agrupar esa amplia gama de riesgos en dimensiones (grupos homogéneos), como ya se ha hecho anteriormente a lo largo de la literatura e identificar la importancia relativa de cada una de esas dimensiones en la formación del riesgo percibido. Hasta donde sabemos no está claro cual es la importancia de las dimensiones específicas en el riesgo percibido. Cada dimensión de la seguridad puede influir de diferentes formas en el riesgo percibido. La percepción del riesgo por los turistas es subjetiva, y esta percepción puede variar sustancialmente según las diferentes dimensiones del riesgo (Uriely y Belhassen, 2005). Es importante entender el nivel de riesgo en algunos consumidores (Wong y Yeh, 2009).

Comprender como el turista percibe el riesgo es relevante debido a que influyen en la imagen percibida del destino y en la toma de decisiones de viajar al destino, y por lo tanto puede ayudar en la gestión del destino para mejorar su imagen y la demanda turística.

Para analizar la formación del riesgo percibido, se llevó a cabo un estudio empírico aplicado a cinco destinos europeos: Madrid, Londres, París, Roma y Berlín. La importancia de analizar estos cinco destinos radica en que alguno de ellos han sufrido actos terroristas en los últimos 12 años (Madrid, Londres y París) y los que no (Berlín y Roma) y es factible que la formación del riesgo este en función de las características del destino visitado.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

El riesgo se define generalmente como la exposición a la posibilidad de lesiones o pérdida (Macquarie, 1999), o la posibilidad de perder algo de valor (Priest, 1990). El riesgo puede definirse en términos de posible pérdida, y en la vida cotidiana todas las actividades entrañan una posibles pérdidas (Reisinger y Mavondo, 2006). El turismo no son una excepción, su grado de riesgo depende de varios factores, incluyendo el transporte utilizado, las actividades que se ofrecen en el destino, el medio ambiente, y así sucesivamente.

Existen riesgos generales que afectan tanto a los turistas como a los residentes en un destino, como la delincuencia, la salud y los desastres naturales (Rittichainuwat, 2006; Tarlow y Muehsam, 1996; Maser y Weiermair, 1998). Pero también hay otros riesgos relacionados específicamente con el turista, tales como las derivadas de las barreras culturales, modos de transporte, residentes hostiles, la comida local, el mal tiempo, huelgas, falta de higiene y la incertidumbre derivada de las leyes y reglamentos en el destino (Lepp et al. 2011; Korstange, 2009; Robson, 2008; McCartney, 2008; Schluter, 2008; Lee, 2008; Reichel, Fuchs y Uriely, 2007; Reisinger y Mavondo, 2005; Faulkner, 2001; Pizam y Mansfeld, 1996; Roehl y Fesenmaier, 1992; Sönmez y Graefe, 1998; Tsaor, Tzeng y Wang, 1997). A menudo, los turistas viajan en entornos poco familiares para ellos, su conexión con las comunidades locales es muy baja, tienen que enfrentarse a las barreras del idioma, pueden confundir con facilidad las normas de tráfico, y su predisposición hacia una experiencias única puede llevarle a menospreciar los riesgos naturales (Becken y Hughey, 2013). A estos riesgos se puede añadir aquellos derivados de terrorismo potencial, el cambio ambiental, la bioseguridad y la escasez de recursos (Lepp y Gibson, 2008; Kozak, Crotts y Law, 2007; Butfooy, 1997). Sin embargo, aquellos riesgos que son más relevantes para las opciones de los turistas comúnmente surgen de la falta de seguridad personal, la delincuencia común, el robo y el fraude (Glensor y Pick, 2004).

Investigaciones en turismo ofrecen una amplia evidencia de que la experiencia en turismo esta asociada al riesgo (Bentley et al. 2001; Phillip y Hodgkinson, 1993; Roehl y Fesenmaier, 1992). La literatura indica que el riesgo percibido por los consumidores se compone de un número de tipos de riesgos. Así, algunos autores afirman que los turistas se enfrentan a cuatro tipos de riesgo principales: *riesgos en salud* (Lepp y Gibson, 2003; Cartwright, 2000; Page y Meyer, 1996; Faulkner, Wilks y Page, 2003), *los riesgos de delitos* (Tarlow, 2006; Barker, Page y Meyer, 2003; Dimanche y Lepetic, 1999; Brunt y Mawby, 2000; Pizam, 1999), *el terrorismo* (Fischhoff et al, 2004; Floyd et al, 2004;. Pizam y Smith, 2000; Sönmez 1998; Tarlow, 2006) y *el riesgo de la guerra y la inestabilidad política* (Ioannides y Apostolopoulos, 1999; Seddighi, Nuttall, y Theocharous, 2001). Otros investigadores identifican siete tipos de riesgo: *financiero* (el riesgo de que la inversión en el producto se pierde o perder o perder dinero si el servicio va mal), *funcionales o de rendimiento* (no realizar, no entregar beneficios a los clientes, y/o que no cumplan con las necesidades y requerimientos de los clientes), *física* (el riesgo de lesiones o daños físicos al consumidor como consecuencia de un mal funcionamiento o una enfermedad producto), *social* (el temor de que la compra no se ajustará a las normas de la grupo de referencia que aparece fuera de moda, y/o el descenso

de estado), *psicológico* (el temor de que el producto no se adapte a la propia imagen del consumidor y / o de la propia imagen dañina), *la satisfacción* (no entrega de satisfacción), y *el tiempo* (la posibilidad de que el producto el consumo será el momento de consumir en exceso, no realizar a tiempo, y/o la pérdida de tiempo) (Funchs y Reichel, 2011). Más recientemente, Reisinger y Mavondo (2005) utilizaron 13 tipos de riesgo turístico que van desde el cultural, funcional, financiera, salud, físico, político, psicológico, satisfacción, social, secuestros de aviones, explosión de una bomba, ataque bioquímico, al tiempo. Además, algunos estudios también se centran en los riesgos naturales (Cioccio y Michael, 2007; Huan, Beaman y Shelby, 2004; Mazzocchi y Montini, 2001) y alimenticios (Larsen, Brun, Øgaard, y Selstad, 2007; Larsen y Brun, 2011).

La literatura también indica que las características de los turistas, como la nacionalidad, la experiencia turística anterior, el sexo y la búsqueda de la novedad (Korstange, 2011; Tasci, 2009; Gibson, Qi, y Zhang, 2008; Lepp y Gibson 2008; Reichel, Fuchs y Uriely, 2007; Kozak et al. 2007; Sacket y Botterill, 2006; Maoz, 2005; Fuchs y Reiche,l 2004; Pizam et al. 2004;. Reisinger y Mavondo, 2006, 2006b; Cohen, 2004; Noy, 2004; Lepp y Gibson, 2003; Gibson y Yiannakis, 2002; Elsrud ,2001) y el país de origen de los turistas (Schluter, 2008; Domínguez, Burguette y Bernard, 2003; Maoz, 2007; Teo y Leong, 2006; Sacket y Botterill, 2006; Noy y Cohen, 2005; Fuchs y Reichel, 2004; Pizam y Reichel, 2004; Seddighi, Nuttall, y Theocharous, 2001) tienen un impacto en su percepción de riesgo.

Las reacciones de los turistas al terrorismo también pueden ser diferentes en función de su nacionalidad y la experiencia previa (Wall 1996; Tremblay 1989). En cierta medida, los acontecimientos trágicos tienen menos influencia en el riesgo percibido en el caso de viaje de negocios que en los viajes vacacionales (Domínguez, Burguette and Bernard, 2007). Otros investigadores han encontrado que los peligros políticos como el terrorismo son más importantes que otros peligros físicos, climáticos o sociales (Wilson y Baláž, 2013). Los turistas se pueden clasificar en relación a sus motivaciones, las personas cuyos intereses están asociados a la aventura y el contacto con extraños desarrolla una mayor tolerancia al riesgo que en otros casos (Reisinger y Mavondo, 2005).

Por lo tanto, se hace necesario identificar los determinantes del riesgo percibido. Por otro lado, investigaciones en turismo han confirmado que el riesgo percibido influye tanto la imagen de destino como en la elección de los turistas. En esta revisión, consideramos en primer lugar la influencia de la percepción de riesgo de la imagen de destino y, a continuación nos centramos en la revisión con respecto a la influencia de la percepción de riesgo sobre las intenciones de visita.

2.1 El Riesgo y su influencia en la imagen del destino

La seguridad es esencial para la imagen de destino. Investigadores han encontrado que el riesgo tiene un efecto negativo y de larga duración en la imagen de un destino (Tasci y Boylu, 2010) e incluso a través de la imagen puede afectar a la satisfacción del turista (Tavitiyaman y Qu, 2013).

Es bien sabido que la seguridad y la integridad personal son factores importantes que influyen en el atractivo de los destinos turísticos. Los turistas se sienten atraídos sin duda por buenas impresiones, y la existencia de la seguridad e integridad personal son esencial para ello (Hall y O'Sullivan, 1996). El riesgo ha sido identificado como una de las principales preocupaciones de los viajes internacionales (Yavas, 1990; Sonmez y Graefe, 1998). En otra palabra, para ser un destino turístico de éxito es necesario tener un nivel adecuado de seguridad y protección.

Varios investigadores sostienen que el riesgo percibido influye en la imagen del destino y encuentran diferencias entre los turistas que visitan por primera vez y los repetidores (Karamustafa, Fuchs y Reichel,

2013; Huang et al. 2010; Rittichainuwat y Chakrabarti, 2009) o lo hace de diferentes maneras dependiendo de las fuentes de información (Noh y Vogt, 2013).

Por lo tanto, la seguridad es una dimensión integrada en la imagen percibida de un destino, pero como se ha mencionado anteriormente, no está claro qué dimensiones específicas del riesgo percibido influye en la imagen del destino. Existen diferentes dimensiones del riesgo que influyen de manera diferente en la imagen de destino.

2.2 El Riesgo y su influencia en el comportamiento del turista.

En general, existe una relación positiva entre el nivel de riesgo percibido de un destino y la probabilidad de que los turistas eviten viajar a dicho destino. La mayoría de los turistas tienden a cambiar su plan de viaje cuando se enfrentan a un alto riesgo en un destino (Kozak, Crotts y Law, 2007). La gente rara vez están dispuestos a cambiar su lugar de residencia, pero nada les obligara a elegir un destino que perciben como inseguro (Cavlek, 2002).

Los turistas viajan a lugares que les son familiares y cercanos con el fin de evitar las zonas con alto índice de criminalidad e inestabilidad política (Chen, Chiu y Lin, 2011). La evidencia empírica muestra que el nivel de percepción de riesgo influye directamente en la elección del destino vacacional internacional (Fuchs y Reichel, 2011; Tasci y Boylu, 2010; Fallon, 2004), esto se debe en parte a la alta dependencia de los turistas potenciales en información externa en lugar de su propia experiencia (Sönmez y Graefe, 1998; Um y Crompton, 1992). También se ha encontrado que los medios de comunicación tienen un papel importante en la exacerbación de los problemas relacionados con la seguridad en los destinos que influyen en el flujo de turistas (Tarlow, 2002). Cuando los turistas son víctimas, la situación es instantáneamente magnificada por los medios de comunicación y el conflicto político entre los terroristas y el país se transfiere a una escala mucho más amplia de atención internacional (Aldao, Nolen-Hoeksema, 2010; Sönmez y Graefe, 1998). La gestión de los medios de comunicación es crucial para el sector turístico. Es importante convencer a los clientes de para que una experiencia o destino en particular se haga deseable (Korstanje, 2012).

Varios estudios se han centrado en el impacto del terrorismo, la guerra y la inestabilidad política en la elección del destino (Neumayer, 2004; Yang y Wong, 2012) y en el efecto sustitución entre los destinos en estos caso (Gu y Martin, 1992;). Existen evidencias de la disminución en el número de llegadas de turistas después de incidentes terroristas (Wolff y Larsen, 2014) o de amenazas contra la seguridad, pero todos estos destinos se recuperó con el tiempo (Castaño, 2005), lo que indica la capacidad de recuperación de la industria (Korstanje, 2012). Pizam y Fleischer (2002) encontraron que mientras que la severidad de un ataque terrorista deprimirá la demanda turística en el corto plazo (seis a nueve meses después), la frecuencia de los ataques terroristas es más importante para determinar si los turistas viajarán a un destino en particular en a largo plazo.

Además, la percepción de seguridad también podría afectar la lealtad sobre el destino y la recomendación de visitar (Tasci y Boylu, 2010).

Por lo tanto, el análisis de los efectos de la percepción del riesgo debe basarse en una exploración de cómo los riesgos específicos y las dimensiones de riesgo afectan a la decisión de viajar a un destino. Las diferentes dimensiones de la percepción de riesgo pueden tener efectos importantes sobre el comportamiento de los turistas.

3. METODOLOGÍA

3.1 Recopilación de datos

El cuestionario fue diseñado para determinar los distintos tipos de riesgos percibidos que influyen en la imagen de destino y el comportamiento del turista. El trabajo de campo se llevó a cabo entre los meses de diciembre 2015 y febrero 2016 en Europa por medio de una empresa especializada en encuestas online. Los destinos analizados incluyen las cinco principales capitales europeas; Madrid, Londres, París, Roma y Berlín. El análisis de estas ciudades se debe a que algunas de ellas han sido objetivo de actos terroristas en el periodo 2004-2015. Madrid (marzo 2004), Londres (julio 2005) y Francia (noviembre 2015).

El cuestionario fue diseñado en español y traducido al inglés y alemán. Se obtuvieron un total de 1.375 cuestionarios útiles. Los datos sociodemográficos de los encuestados se muestran en la tabla siguiente.

Tabla 1. Características sociodemográficas

Características	Frecuencia (%)
Nacionalidad	
Británica	19,4
Alemana	17,1
Francesa	14,2
Italiana	10,4
Española	10,2
Suiza	10,1
Holandés	9,1
Polaca	8,4
Género	
Hombres	45,8
Mujeres	54,2
Edad	
16-24	17,9
25-34	17,6
35-44	21,3
45-54	21,2
55-64	12
Más de 64	10
Nivel educativo	
Primaria	1,6
Secundaria	38,7
Graduado universitario	48,9
Máster o Doctorado	10,8

En la primera pregunta del cuestionario se pide a los encuestados que indiquen en qué medida consideraría probable viajaría en un futuro inmediato a cada uno de los cinco destinos analizados. Seguidamente se analiza la formación del riesgo percibido en un destino. Para ellos se emplea un grupo de 24 tipos de riesgos que se pueden encontrar en el destino, evaluados en un formato Likert de siete puntos (1=muy en desacuerdo; 7=muy de acuerdo). La parte final del cuestionario incluía la información sociodemográfica de los participantes.

3.2 Resultados

Los datos obtenidos fueron analizados utilizando el programa AMOS 20 del paquete estadístico SPSS 20. Inicialmente, se realizó un análisis factorial exploratorio (AFE) (Hair et al, 2009; Byrne, 1998) para determinar las dimensiones del riesgo percibido y posteriormente se llevó a cabo un análisis factorial confirmatorio (AFC) para confirmar la validez de convergencia de la escala utilizada obtenida tras el AFE.

3.2.1 Análisis factorial exploratorio

Para medir tanto la percepción del riesgo se emplea un enfoque multi-atributo. Mediante el análisis de componentes principales con rotación Varimax se reducen los 24 atributos determinantes del riesgo percibido en unos pocos correlacionados. El propósito es resumir la información de un conjunto amplio de variables en un número menor de variables que son representativas de las dimensiones subyacentes del riesgo percibido. El AFE dio lugar a seis dimensiones (riesgo para la salud, riesgo de terrorismo, riesgo de delincuencia, riesgo de accidentes, riesgo de desorden medioambiental y el riesgo de catástrofe) que representan el 73,5% de la varianza explicada del riesgo percibido. El coeficiente Alfa de Cronbach determina la consistencia interna (fiabilidad) de cada factor, este coeficiente en todos los factores se encuentran por encima de 0,7 recomendado por Nunnally (1978), lo que sugiere una fiabilidad aceptable, con valores Alfa de Cronbach que van desde un mínimo de 0,702 para el factor de 6 hasta un máximo de 0,880 para el factor 2. La medida de adecuación muestral Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) se considera aceptable (0,76), por lo que es posible sintetizar las variables empíricas en un número menor de factores y la prueba de esfericidad de Bartlett ($X^2=981$, $df=704$, $p<0,000$) confirmó la idoneidad de los datos para la factorización ya que el valor relativo de X^2 con respecto a los grados de libertad (X^2/df) no debe exceder de 3 (Carmines y McIver, 1981).

Como se muestra en la tabla 1, el factor 1 explica 21,3% de la varianza. Un examen de los atributos de este factor sugiere que están relacionados con aspectos higiénico-sanitarios, por lo que se denominó "*Riesgo en salud*". El factor 2 explica el 14,4% de la varianza, y los atributos con mayor peso en él se encuentran relacionados con la violencia por terrorismo, por lo que este factor se llamó "*Riesgo por terrorismo*". El factor 3 se denomina "*Riesgos por delincuencias*" engloba factores como la violencia física o sexual y explica el 17,8% de la varianza del modelo. El factor 4 lo denominamos "*Riesgos por accidentes*" al encontrarse los atributos que lo conforman relacionado con elementos accidentales, este explica el 15,2% de la varianza total. El factor 5, con el 13,6% de la varianza, queda denominado "*Riesgo por desorden medioambiental*" ya que se encuentra relacionado con atributos medioambientales no controlables por el hombre. Por último, el factor 6 consiste en atributos relacionados con catástrofes y desastres naturales o inducidas por el hombre. Así, este factor se denominó "*Riesgo por catástrofes*" y representa el 12,7% de la varianza total del modelo.

Tabla 2. Resultados del Análisis Factorial Exploratorio del Riesgo percibido

Items	F1 Riesgo en Salud	F2 Riesgo de Terrorismo	F3 Riesgo de delincuencia	F4 Riesgo por accidente	F5 Riesgo desorden medioambiental	F6 Riesgo de Catástrofes
Contraer una enfermedad transmitida por algún animal (malaria, etc...)	,778	,183	,355	,190	,189	,188
Encontrarse con una asistencia sanitaria deficitaria en caso de necesitarla	,751	,247	,356	,139	,329	,198
Contraer una enfermedad por ingerir algún alimento o bebida	,650	,362	,068	,299	,251	,325
Contraer una enfermedad de transmisión sexual	,631	,035	,400	,403	,075	,484
Que ocurra un ataque terrorista	,359	,738	,278	,078	,232	,356
Que sus vacaciones se vean afectadas por huelgas en el destino	,123	,722	,068	,068	,141	,068
Sufrir un secuestro	,290	,715	,313	,184	,225	,344
Ser víctima de una violación o ataque sexual	,463	,122	,851	,141	,192	,223
Sufrir un asalto con violencia física	,411	,344	,812	,196	,215	,310
Que se produzca un incendio en el hotel	,459	,223	,196	,720	,226	,548
Sufrir un accidente aéreo	,216	,310	,247	,680	,289	,548
Sufrir un accidente de tráfico	,298	,548	,293	,639	,069	,260
Sufrir un ahogamiento en el mar o piscina	,189	,260	,260	,626	,249	,308
Que le roben el coche de alquiler	,188	,308	,333	,081	,253	,124
Que se produzca una desconexión de internet en el hotel	,198	,159	,498	,253	,214	,310
Que se produzca un apagón eléctrico en el hotel	,325	,254	,396	,174	,232	,124
Sentirse agobiado por los lugareños	,484	,232	,122	,214	,115	,310
Sufrir un robo en el hotel	,394	,345	,576	,183	,317	,012
Que las condiciones climáticas sean adversas	,304	,187	,138	,304	,843	,105
Soportar niveles altos de ruidos	,310	,201	,148	,310	,786	,320
Sufrir excesiva exposición solar	,416	,004	,119	,356	,709	,015
Exponerse a niveles alto de polución	,362	,271	,191	,068	,444	,101
Que ocurra un desastre natural (Terremotos, tormentas, tsunamis, erupciones volcánicas, incendios forestales...)	,259	,189	,296	,130	,152	,746
Que ocurra un desastre inducido por el hombre (accidentes nucleares, vertidos tóxicos, etc.)	,205	,300	,385	,313	,124	,701
Autovalores	5,4	4,1	3,2	2,6	2,7	2,1
% de la varianza explicada	21,3	14,4	17,8	15,2	13,6	12,7
Alfa de Cronbach	,834	,880	,802	,781	,724	,702

3.2.2 Análisis factorial confirmatorio

Sobre la base del resultado del AFE, se realizó un AFC para confirmar la estructura interna del modelo. La aplicación de la AFC a los atributos de riesgo percibidas mostró un buen ajuste del modelo ya que todos los índices de ajustes globales se encuentran por encima de 0,9 (GFI = 0,900; GFI = 0,924; CFI = 0,914; TLI = 0,901; IFI = 0,922; RFI = .910; NFI = .944) y el error cuadrático medio de aproximación (RMSEA) fue 0,064. Un índice por sí sólo no es suficiente para aceptar o rechazar el modelo, por lo que deben ser evaluados en su conjunto (Hair et al, 1999; Batista y Coenders, 2000). Si los estimadores son mayores que 0,9 y la RMSEA es menor que 0,08 (Mason y Paggiaro, 2012) el modelo de medición muestra un ajuste aceptable de los datos.

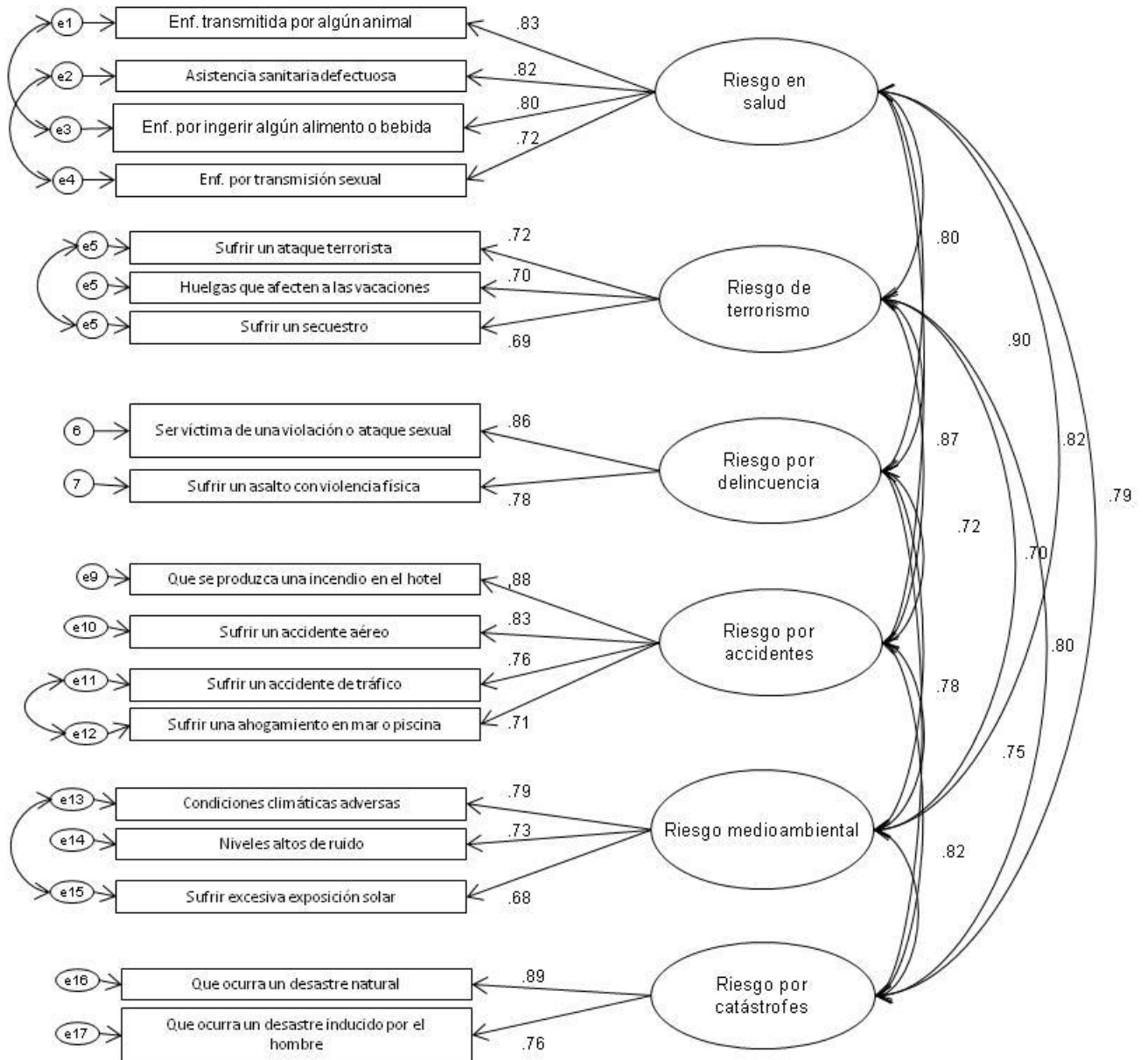


Figura 1. Resultados AFC. Atributos del riesgo percibido.

Cada dimensión presenta diferente peso dentro de cada factor. Así, en el **riesgo en salud**, las enfermedades transmitidas por algún animal ($\beta=0,83$) es el que adquiere mayor importancia, seguida de encontrarse con una asistencia sanitaria defectuosa en caso de necesitarla ($\beta=0,82$). Por el contrario, contraer una enfermedad por transmisión sexual ($\beta=0,72$) es la que menos importancia tiene junto con el riesgo de contraer enfermedades por ingerir algún alimento o bebida ($\beta=0,80$).

Con respecto al **riesgo por terrorismo**, los aspectos que más influyen como; sufrir un ataque terrorista ($\beta=0,72$) o que las huelgas en el destino puedan afectar a mis vacaciones ($\beta=0,70$), teniendo menor importancia sufrir un secuestro ($\beta=0,69$).

El tercer factor **riesgo de delincuencia**, se caracteriza principalmente por ser víctima de una violación o ataque sexual ($\beta=0,86$), muestran bastante diferencia en su peso con sufrir un asalto con violencia física ($\beta=0,78$).

Las dimensiones con mayor peso en el **riesgo por accidentes** son que se produzca un incendio en el hotel ($\beta=0,88$) y sufrir un accidente aéreo ($\beta=0,83$), frente a sufrir un accidente de tráfico ($\beta=0,76$) y sufrir un ahogamiento en el mar o piscina ($\beta=0,71$).

Las dimensiones medioambientales que afectan en mayor medida al factor de **riesgo por desorden medioambiental** son, encontrarse con condiciones climáticas adversas ($\beta=0,79$) y soportar niveles altos de ruido ($\beta=0,73$), frente a, sufrir una excesiva exposición solar ($\beta=0,68$). Y por último, en el riesgo por catástrofes encontramos que, el riesgo de que ocurra un desastre natural ($\beta=0,89$) ejerce mayor influencia con diferencia que el riesgo de que ocurra un desastre inducido por el hombre ($\beta=0,76$).

4 CONCLUSIONES

Este estudio intenta probar la existencia de diferentes dimensiones del riesgo que contribuyen a la formación final del riesgo percibido.

La seguridad se define como la ausencia de riesgo, por lo que los resultados de este estudio sugieren que valdría la pena que por parte de las autoridades o gestores de los destinos turísticos que hicieran un esfuerzo en realizar mayores inversiones en mejora de la seguridad en el destino ya que esta afecta de manera directa y significativamente a su imagen y a la intención de visitar el destino por parte de los turistas, o dicho de otra manera, en disminuir el riesgo percibido del destino para que aumente el valor de su imagen general y las intenciones. Este estudio señala cual es el peso de cada una de las dimensiones que influyen en el riesgo final percibido por los turistas.

Desafortunadamente, la seguridad es un problema que a menudo depende del destino (Kozak et al., 2007). Así, algunos destinos pueden ser percibidos como seguros o inseguros, con independencia de los antecedentes y hechos reales sobre la seguridad de dichos destinos. Por lo que en este estudio ha sido de vital importancia analizar tanto destinos europeos que han sufrido actos terroristas en el pasado como destinos europeos que no han sido objetivo de estos ataques. De esta manera se puede analizar un abanico de tipos de riesgo mayor y se abre la posibilidad de identificar en estudios futuro si existen diferencias en la formación del riesgo percibido entre ambos tipos de ciudades. Es importante tener en cuenta que el riesgo percibido influye en el consumidor, incluso si, de hecho, no existe en realidad (Mawby, 2000; Pizam, Tarlow y Bloom, 1997; Sönmez y Graefe, 1998). Por el contrario, un riesgo no percibido no afectará el

comportamiento del consumidor, incluso si es real y tangible (Barker, Page, y Meyer, 2003; George, 2003). En consecuencia, la percepción del riesgo influye significativamente en la competitividad de un destino (Beirman, 2003; Cavlek, 2002; Pizam, Tarlow y Bloom, 1997; Reisinger y Mavondo, 2005; Sönmez, Apostopulus y Tarlow, 1999; Sönmez y Graefe, 1998).

Aunque por otra parte los destinos son incapaces de controlar todos los elementos de seguridad que contribuyen a la formación de su imagen, sí que es posible manipular las percepciones en el corto plazo, proyectando una imagen de destino seguro. La imagen de destino no sólo influye en las decisiones antes de la visita, sino también condiciona el comportamiento post-visita, siendo por tanto fundamental para el desarrollo de destinos éxito.

Sería aconsejable que los destinos turísticos proyectasen una imagen de destinos más seguros a la hora de realizar estrategias de marketing observando las dimensiones del riesgo que se han establecido en este estudio. Teniendo en cuenta varias observaciones, como por ejemplo los factores del riesgo que más influyen en cada uno de los tipos de riesgos que hemos mencionado en este estudio (riesgo en salud, terrorismo, delincuencia, accidente, medioambiental y catástrofe). Y la importancia de cada una de estas dimensiones del riesgo en la formación del riesgo final percibido por los turistas.

5 REFERENCIAS

Aldao, A., y Nolen-Hoeksema, S. (2010). Specificity of cognitive emotion regulation strategies: A transdiagnostic examination. *Behaviour research and therapy*, 48(10), 974-983.

Barker, M., Page, S. J., y Meyer, D. (2003). Urban visitor perceptions of safety during a special event. *Journal of Travel Research*, 41(4), 355-361.

Batista Foguet, J. M., y Coenders Gallart, G. (2000). Modelos de ecuaciones estructurales: modelos para el análisis de relaciones causales.

Becken, S. y Hughey, K. F. (2013). Linking tourism into emergency management structures to enhance disaster risk reduction. *Tourism Management*, 36, 77-85.

Beirman, D. (2003). Restoring tourism destinations in crisis: A strategic marketing approach. *CAUTHE 2003: Riding the Wave of Tourism and Hospitality Research*, 1146.

Bentley, T., Page, S., Meyer, D., Chalmers, D., y Laird, I. (2001). How safe is adventure tourism in New Zealand? An exploratory analysis. *Applied ergonomics*, 32(4), 327-338.

Brunt, P., Mawby, R., y Hambly, Z. (2000). Tourist victimisation and the fear of crime on holiday. *Tourism Management*, 21(4), 417-424.

marginalizing the context. *Contemporary Security Policy*, 18(3), 38-58.

Carmines, E. G., y McIver, J. P. (1981). Analyzing models with unobserved variables: Analysis of covariance structures. *Social measurement: Current issues*, 65-115.

Cartwright, J. (2000). *Evolution and human behavior: Darwinian perspectives on human nature*. MIT Press.

Castaño, A. M. M. (2005). Las postales:¿ un instrumento de divulgación del patrimonio arqueológico?. *Número patrocinado por*, 257.

Cavlek, N. (2002). Tour operators and destination safety. *Annals of Tourism research*, 29(2), 478-496.

Chen, P. C., Chiu, W. Y., y Lin, T. Y. (2011). A study constructing a holistic English for specific purposes (ESP) curriculum model for tourism and hospitality English. *Education Research Journal*, 1(5), 84-93.

Cioccio, L., y Michael, E. J. (2007). Hazard or disaster: Tourism management for the inevitable in Northeast Victoria. *Tourism Management*, 28(1), 1-11.

Cohen, E. (2004). *Contemporary tourism diversity and change: collected articles*.

Dimanche, F., y Lepetic, A. (1999). New Orleans tourism and crime: A case study. *Journal of travel research*, 38(1), 19-23.

- Dominguez, P., Burguette, E., y Bernard, A. (2003). Efectos del 11 de Septiembre en la hotelaria Mexicana: Reflexión sobre la mono-dependencia turistica. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 12(3-4), 335-348.
- Elsrud, T. (2001). Risk creation in traveling: Backpacker adventure narration. *Annals of tourism research*, 28(3), 597-617.
- Fallon, F. (2004). After the Lombok riots, is sustainable tourism achievable?. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(2-3), 139-158.
- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism management*, 22(2), 135-147.
- Faulkner, B., Wilks, J., y Page, S. J. (2003). Towards a framework for tourism disaster management. *Managing tourist health and safety in the new millennium*, 155-176.
- Fischhoff, B., De Bruin, W. B., Perrin, W., y Downs, J. (2004). Travel risks in a time of terror: Judgments and choices. *Risk Analysis*, 24(5), 1301-1309.
- Floyd, M. F., Gibson, H., Pennington-Gray, L., & Thapa, B. (2004). The effect of risk perceptions on intentions to travel in the aftermath of September 11, 2001. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(2-3), 19-38.
- Fuchs, G., y Reichel, A. (2004). Cultural differences in tourist destination risk perception: an exploratory study. *Tourism (Zagreb)*, 52(1), 21-37.
- Fuchs, G., y Reichel, A. (2011). An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. repeat visitors to a highly volatile destination. *Tourism Management*, 32(2), 266-276.
- George, R. (2003). Tourist's perceptions of safety and security while visiting Cape Town. *Tourism Management*, 24(5), 575-585.
- Gibson, H. J., Qi, C. X., y Zhang, J. J. (2008). Destination image and intent to visit China and the 2008 Beijing Olympic Games. *Journal of Sport Management*, 22(4), 427-450.
- Gibson, H., y Yiannakis, A. (2002). Tourist roles: Needs and the lifecourse. *Annals of tourism research*, 29(2), 358-383.
- Glensor, R. W., y Peak, K. J. (2004). *Crimes against tourists*. US Department of Justice, Office of Community Oriented Policing Services.
- Gu, Y., Schinckel, A. P., y Martin, T. G. (1992). Growth, development, and carcass composition in five genotypes of swine. *Journal of animal science*, 70(6), 1719-1729.
- Hair, J. F. (1999). *Análisis multivariante* (Vol. 491). Madrid: Prentice Hall.
- Hall, C. M., y O'Sullivan, V. (1996). Tourism, political stability and violence. *Tourism, crime and international security issues*, 105-121.

Huan, T. C., Beaman, J., y Shelby, L. (2004). No-escape natural disaster: mitigating impacts on tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 255-273.

Huang, C. Y., Chou, C. J., y Lin, P. C. (2010). Involvement theory in constructing bloggers' intention to purchase travel products. *Tourism Management*, 31(4), 513-526.

Ioannides, D., y Apostolopoulos, Y. (1999). Political instability, war, and tourism in Cyprus: Effects, management, and prospects for recovery. *Journal of Travel Research*, 38(1), 51-56.

Karamustafa, K., Fuchs, G., y Reichel, A. (2013). Risk perceptions of a mixed-image destination: The case of Turkey's first-time versus repeat leisure visitors. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22(3), 243-268.

Korstanje E, M. (2009). Desarrollo local sostenible.

Korstanje, M. E. y Clayton, A. (2012). Tourism and terrorism: conflicts and commonalities. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 4(1), 8-25.

Kozak, M., Crofts, J. C., y Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travellers. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 233-242.

Larsen, S., Brun, W., Øgaard, T., y Selstad, L. (2007). Subjective food-risk judgements in tourists. *Tourism Management*, 28(6), 1555-1559.

Larsen, S., Øgaard, T., y Brun, W. (2011). Backpackers and mainstreamers: Realities and myths. *Annals of tourism research*, 38(2), 690-707.

Lee, C. C., y Chang, C. P. (2008). Tourism development and economic growth: a closer look at panels. *Tourism management*, 29(1), 180-192.

Lepp, A., y Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of tourism research*, 30(3), 606-624.

Lepp, A., y Gibson, H. (2008). Sensation seeking and tourism: Tourist role, perception of risk and destination choice. *Tourism Management*, 29(4), 740-750.

Lepp, A., Gibson, H., y Lane, C. (2011). Image and perceived risk: A study of Uganda and its official tourism website. *Tourism management*, 32(3), 675-684.

Macquarie Concise Dictionary. 1999. 3rd edited by Sydney: Macquarie Library.

Maoz, D. (2005). Young adult Israeli backpackers in India. *Israeli backpackers: From tourism to rite of passage*, 159-88.

Maoz, D. (2007). Backpackers' motivations the role of culture and nationality. *Annals of tourism research*, 34(1), 122-140.

Maser, B., y Weiermair, K. (1998). Travel decision-making: From the vantage point of perceived risk and information preferences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 7(4), 107-121.

Mason, M. C., y Paggiaro, A. (2012). Investigating the role of festivalscape in culinary tourism:

The case of food and wine events. *Tourism Management*, 33(6), 1329-1336.

Mawby, R. I. (2000). Tourists' perceptions of security: The risk-fear paradox. *Tourism Economics*, 6(2), 109-121.

Mazzocchi, M., y Montini, A. (2001). Earthquake effects on tourism in central Italy. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 1031-1046.

McCartney, G. (2008, November). The CAT (casino tourism) and the MICE (meetings, incentives, conventions, exhibitions): Key development considerations for the convention and exhibition industry in Macao. In *Journal of Convention & Event Tourism* (Vol. 9, No. 4, pp. 293-308). Taylor & Francis Group.

Neumayer, E. (2004). The impact of political violence on tourism dynamic cross-national estimation. *Journal of Conflict Resolution*, 48(2), 259-281.

Noh, J., y Vogt, C. (2013). Modelling information use, image, and perceived risk with intentions to travel to East Asia. *Current Issues in Tourism*, 16(5), 455-476.

Noy, C., y Cohen, E. (Eds.). (2005). *Israeli backpackers: A view from Afar*. State University of New York Press.

Noy, N. F. (2004). Semantic integration: a survey of ontology-based approaches. *ACM Sigmod Record*, 33(4), 65-70.

Page, S. J., y Meyer, D. (1996). Tourist accidents: an exploratory analysis. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 666-690.

Phillip, R., y Hodgkinson, G. (1993). The management of health and safety hazards in tourist resorts. World Tourism Organization. *International journal of occupational medicine and environmental health*, 7(3), 207-219.

Pizam, A., y Ellis, T. (1999). Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises. *International journal of contemporary hospitality management*, 11(7), 326-339.

Pizam, A., y Fleischer, A. (2002). Severity versus frequency of acts of terrorism: which has a larger impact on tourism demand?. *Journal of Travel Research*, 40(3), 337-339.

Pizam, A., y Mansfeld, Y. (1996). *Tourism, crime and international security issues*. John Wiley & Sons.

Pizam, A., y Smith, G. (2000). Tourism and terrorism: A quantitative analysis of major terrorist acts and their impact on tourism destinations. *Tourism Economics*, 6(2), 123-138.

Pizam, A., Jeong, G. H., Reichel, A., van Boemmel, H., Lusson, J. M., Steynberg, L., ... & Montmany, N. (2004). The relationship between risk-taking, sensation-seeking, and the tourist behavior of young adults: A cross-cultural study. *Journal of Travel Research*, 42(3), 251-260.

Pizam, A., Tarlow, P. E., y Bloom, J. (1997). Making tourists feel safe: whose responsibility is it?. *Journal of Travel Research*, 36(1), 23-28.

Priest, S. 1990. "The Adventure Experience Paradigm." In *Adventure Recreation*, edited by A. Miles and S. Priest. State College, PA: Venture Publishing, 157-62.

Reichel, A., Fuchs, G., y Uriely, N. (2007). Perceived risk and the non-institutionalized tourist role: The case of Israeli student ex-backpackers. *Journal of Travel Research*, 46(2), 217-226.

Reisinger, Y., y Mavondo, F. (2005). Travel anxiety and intentions to travel internationally: Implications of travel risk perception. *Journal of Travel Research*, 43(3), 212-225.

Reisinger, Y., y Mavondo, F. (2006). Cultural differences in travel risk perception. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(1), 13-31.

Reisinger, Y., y Mavondo, F. (2006b). Cultural consequences on traveler risk perception and safety. *Tourism Analysis*, 11(4), 265-284.

Rittichainuwat, B. N. (2006). Tsunami Recovery A Case Study of Thailand's Tourism. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 47(4), 390-404.

Rittichainuwat, B. N., y Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*, 30(3), 410-418.

Robson, L. M. (2008). *Risk Management for Meetings and Events*, Julia Rutherford Silvers. Butterworth-Heinemann, Oxford (2008). 354pp.,(pbk), ISBN: 978-0-7506-8057-8.

Roehl, W. S., y Fesenmaier, D. R. (1992). Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory analysis. *Journal of Travel research*, 30(4), 17-26.

Sackett, H., y Botterill, D. (2006). Perception of International Travel Risk: an exploratory study of the influence of proximity to terrorist attack. *E-review of tourism Research*, 4(2), 44-49.

Schluter, R. (2008). *Tourism: an integrated view*.

Seddighi, H. R., Nuttall, M. W., y Theocharous, A. L. (2001). Does cultural background of tourists influence the destination choice? An empirical study with special reference to political instability. *Tourism Management*, 22(2), 181-191.

Slevitch, L., y Sharma, A. (2008). Management of perceived risk in the context of destination choice. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 9(1), 85-103.

Sönmez, S. F., y Graefe, A. R. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 112-144.

Tarlow, P. E. (2002). Tourism in the twenty-first century. *The Futurist*, 36(5), 48.

Tarlow, P. E. (2006). A social theory of terrorism and tourism. *Tourism, Security and Safety From Theory to Practice*. Burlington: Elsevier, 33-48.

Tarlow, P. E., y Santana, G. (2002). Providing safety for tourists: A study of a selected sample of tourist destinations in the United States and Brazil. *Journal of Travel Research*, 40(4), 424-431.

Tarlow, P., y Muehsam, M. (1996). Theoretical aspects of crime as they impact the tourism industry. *Tourism, crime and international security issues*, 11.

Tasci, A. D. (2009). Social Distance The Missing Link in the Loop of Movies, Destination Image, and Tourist Behavior?. *Journal of Travel Research*, 47(4), 494-507.

Tasci, A. D., y Boylu, Y. (2010). Cultural comparison of tourists' safety perception in relation to trip satisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 12(2), 179-192.

Tavitiyaman, P., y Qu, H. (2013). Destination image and behavior intention of travelers to Thailand: The moderating effect of perceived risk. *Journal of travel & tourism marketing*, 30(3), 169-185.

Teo, P., y Leong, S. (2006). A postcolonial analysis of backpacking. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 109-131.

Tremblay, P. (1989). Pooling international tourism in Western Europe. *Annals of Tourism Research*, 16(4), 477-491.

Um, S., y Crompton, J. L. (1992). The roles of perceived inhibitors and facilitators in pleasure travel destination decisions. *Journal of travel research*, 30(3), 18-25.

Uriely, N., & Belhassen, Y. (2005). Drugs and tourists' experiences. *Journal of Travel Research*, 43(3), 238-246.

Wall, G. (1996). Rethinking impacts of tourism. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 2(3-4), 207-215.

Williams, A. M., y Baláž, V. (2013). Tourism, risk tolerance and competences: Travel organization and tourism hazards. *Tourism Management*, 35, 209-221.

Wolff, K., y Larsen, S. (2014). Can terrorism make us feel safer? Risk perceptions and worries before and after the July 22nd attacks. *Annals of Tourism Research*, 44, 200-209.

Wong, J. Y., y Yeh, C. (2009). Tourist hesitation in destination decision making. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 6-23.

Yang, Y., y Wong, K. K. (2012). A spatial econometric approach to model spillover effects in tourism flows. *Journal of Travel Research*, 0047287512437855.

Yavas, U. (1990). Correlates of Vacation Travel: Some Impirical Evidence. *Journal of Professional Services Marketing*, 5(2), 3-18.

Yüksel, A., y Yüksel, F. (2007). Shopping risk perceptions: Effects on tourists' emotions, satisfaction and expressed loyalty intentions. *Tourism management*, 28(3), 703-713.