

Cómo afecta el factor peligrosidad en el turista que visita Colombia

Nombre del estudiante: Laia Tatiana Gómez Alvira
Nombre del tutor/a: Josep M^a Raya Vilchez

17/06/2016

MEMORIA DEL TRABAJO FINAL DE GRADO

Curso: 2015-2016

Índice

Resumen	4
Introducción	5
1. Antecedentes.....	6
2. Marco Teórico.....	7
3. Hipótesis.....	8
4. Metodología	9
5. Análisis de la metodología y Resultados.....	10
5.1 HG: “La criminalidad afecta al número de turistas que recibe Colombia cada año”	10
5.1.1 Análisis de Correlación	10
5.1.2 Análisis de Regresión	11
5.2 SH1: “Qué influencia tiene en los turistas extranjeros que visitan Colombia el criterio de seguridad”.....	11
5.3 SH2: “La percepción de inseguridad es un factor importante a la hora de elegir el destino”	12
5.3.1 Experimento 1.....	12
5.3.2 Experimento 2.....	13
Conclusiones	16
Agradecimientos	17
Referencias Bibliográficas	18
Anexos	19

Resum

Aquest estudi analitza com afecta el factor perillositat en el turisme. En particular: com afecta el número de crims comesos l'any anterior en el número de turistes que visiten Colòmbia aquest any; si la seguretat influeix a l'hora d'escollir la destinació; com el factor perillositat afecta en els possibles turistes potencials a l'hora d'escollir el seu destí de vacances. Els principals resultats ens mostren que hi ha una relació positiva forta entre el número de crims i el número de turistes que rep Colòmbia cada any. Així mateix un 31% de les persones enquestades tenen en compte la seguretat del país com el factor més important a l'hora d'escollir el seu destí turístic. Per últim sabem que la percepció de inseguretat influeix a l'hora d'escollir Colòmbia com a destí.

Resumen

Este estudio analiza cómo afecta el factor peligrosidad en el turismo. En particular: cómo afecta el número de crímenes cometidos el años anterior en el número de turistas que visitan Colombia este año; si la seguridad influye a la hora de escoger el destino; como el factor peligrosidad afecta en los posibles turistas potenciales a la hora de escoger su destino vacacional. Los principales resultados muestran que hay una relación relativa fuerte entre el número de crímenes y el número de turistas que recibe Colombia cada año. Así mismo un 31% de las personas encuestadas tienen en cuenta la seguridad del país como el factor más importante a la hora de escoger su destino turístico. Por último sabemos que la percepción de inseguridad es influyente a la hora de escoger Colombia como destino.

Abstract

In this study there is analyzed how the danger factor affects tourism. In particular: how the number of crimes committed the previous year affects the number of tourists Colombia receives the current year; If the security has influence at the time to choose the vacation destination; how the danger factor affects on the potential tourist when he has to choose his final destination. The main results show that there is a strong relative relationship between the number of crimes and the number of tourists Colombia receives each year. In the same way there are 31% of the respondents who have into consideration the security of the country as the most important fact at the moment to choose their final holidays destination. Finally, it is stated that the perception of insecurity influences at the time of the choice of Colombia as a final destination.

Palabras Clave

Crime, Terrorism, Warning, Tourism, Risk, Dangerousness, priming, framing, choose destination.

Introducción

Colombia es un país con 47.661.787 habitantes (DANE, 2014) que disfruta de ser uno de los países con más biodiversidad del planeta, ocupa el segundo lugar entre los doce países con mayor diversidad biológica del mundo, después de Brasil. (Mittermeier et al. 1997). Es fácil maravillarse con sus paisajes, por eso, aprovechando que conozco el país, sus principales ciudades turísticas y, que me desplazo al país anualmente, puedo asegurarme de tener facilidad a la hora de conseguir una variedad de proveedores de datos que le darán apoyo a esta investigación.

Aún siendo un país rico en tierra y paisajes que, a cierre del 2014, recibió 1.967.814 turistas extranjeros no residentes (Migración Co. , 2014). Colombia tiene un historial de violencia vinculada al narcoterrorismo y a los problemas relacionados con el ASFAR que deja un total de víctimas por homicidio de 216.062 en el último año (INE, 2014). Este hecho puede hacer que el número de turistas recibidos se vea afectado. El negocio de viajes en Colombia corresponde a un 5.3% del PIB frente a un 7,4% de Perú (OCDE, 2012), país que guarda semejanzas con Colombia respecto a historial de violencia ya que en los años 90 contó con un ejército de guerrilleros que cometía atrocidades desenfrenadas (Marshall et al. 2014).

El Turismo es en el estado Colombiano el segundo sector generador de divisas y ha estado creciendo a un ritmo de 12% anual en la última década según expresa ProColombia (entidad encargada de promover el Turismo, Inversión extranjera, exportaciones no minero energética y la imagen del país). Colombia está generando nuevas proyecciones, a comparación de otros países de la región, sin embargo existen consideraciones que se deben tener en cuenta como son los estándares de calidad turística que determinan fuertemente la llegada de los turistas a un lugar (ILPES, 2003). El sector de comercio exterior formado por diferentes organizaciones como Proexport, el Fondo de Turismo, el Programa de Transformación Productiva,... se reúnen para realizar estrategias de inversión extranjera, creando diferentes beneficios y servicios (Proexport, 2013). La venta y promoción del turismo en Colombia también es parte de diferentes campañas y recursos, promocionando al país como destino turístico y apoyando a empresarios interesados (Salcedo, 2013).

Teniendo en cuenta esto, puedo afirmar que este es un tema investigable ya que tengo acceso a los datos necesarios para desarrollar la temática del trabajo (contacto con de agencias de viajes y instituciones hoteleras) y a la vez puedo decir que es acotado ya que el trabajo estará basado en el turismo Colombiano en la actualidad.

Siendo mis raíces colombianas y habiendo visitado este país repetidamente e hace frustrante oír que compañeros y amigos no se animan a visitarlo por el peligro que hay en sus calles. Esto me ha llevado a pensar hasta qué punto esta característica del país hace que el turista potencial acabe escogiendo otro país como destino final. Mediante este trabajo quiero investigar cuanto influye el factor peligrosidad en el turista a la hora de decidir si van a conocer las ciudades colombianas o no.

El objetivo de este estudio es analizar la relación existente entre la peligrosidad y el factor de riesgo en el turista que viaja a Colombia. Colombia combina hoy un conjunto de factores que se entrelazan y retroalimentan -tráfico de drogas, actividades delictivas como el secuestro y la extorsión- las cuales parece que condenan el conflicto, al tiempo que complican la mejora de la peligrosidad. Las comparaciones internacionales muestran el conflicto interno colombiano a la fecha hoy con una esperable persistencia.

La presente investigación está dividida en diferentes secciones. La primera describe brevemente el crimen en Colombia y el papel que tiene el turismo en el país. A continuación se hace un análisis de los antecedentes de los cuales surgirán las hipótesis que plantearemos para el estudio del caso y una vez definidas las hipótesis se procederá a contrarrestarlas utilizando diferentes metodologías para así poder llegar al objetivo y conclusión del proyecto.

1. Antecedentes

A lo largo de los años se han hecho varios estudios sobre la relación entre el turismo y el crimen. Esta relación ha sido estudiada desde dos perspectivas diferentes según explican Biagi y Detotto (2010/15): 1. el impacto negativo del crimen en la demanda turística y en la economía de los destinos; 2. el impacto del turismo en el crimen.

Del primer grupo, Montolio y Planells (2013/4) estudiaron el impacto de la actividad turística en las tasas de criminalidad en las provincias de España durante un periodo de ocho años. Este último en el contexto de los determinantes de la demanda turística (Crouch, 1994). En este segundo contexto, Bloom (1996) estudió el impacto del crimen local en el turismo en Sud África; Levantis y Gani (2000) examinó el papel que tiene el crimen en la demanda turística de ocho países desarrollados; Crotts (2003) analizó las tendencias criminales contra los turistas en Florida y explicó como las poblaciones pueden contribuir a la exposición de turistas a actividades criminales. La atención en el rol del crimen como determinante de la demanda turística ha incrementado incluso más con el fenómeno emergente de la inestabilidad política y religiosa que, en algunos casos extremos, produce ataques contra los turistas y las industrias turísticas (Sonmez y Gaefe, 1998). En lo que a este impacto se refiere Marin (2012) explica que el riesgo de inseguridad incrementa cuando dentro de un grupo de turistas se encuentra un personaje famoso o político.

Está claro que un factor importante que influencia la demanda del turismo es la seguridad del destino. Cuando los turistas deciden donde van a ir de vacaciones tienen en cuenta el riesgo de victimización (Altindag, 2014). Un conjunto de publicaciones demuestran que los actos que ponen en riesgo la seguridad de los individuos como los ataques terroristas o guerras, reducen la actividad turística. (Feridun, 2011; Smyth et al. 2009; Fleischer y Buccola, 2002).

Referente a esta relación turista-peligro en Colombia, Ávila (2002) estudia el impacto del terrorismo buscando analizar, mediante ejemplos de países en los cuales han ocurrido actos terroristas contra turistas o sitios turísticos, cómo el terrorismo impacta en las decisiones turísticas, afectando al número de llegadas internacionales. Este estudio revela que la reacción natural de los turistas y de los operadores frente a los ataques terroristas es evitar que los países o destinos donde estos actos puedan ocurrir. Así pues el impacto de los ataques terroristas en el número de llegadas y de ingresos de los países que dependen de esta actividad, se hace evidente.

La experiencia de Colombia, poco conocida en el contexto internacional, ha fortalecido al país y ha permitido que las regiones diversifiquen sus servicios turísticos de manera consistente.

Una vez hecho un análisis de antecedentes sobre el marco de investigación a estudiar concluimos que: ha habido varios estudios sobre diferentes partes del mundo que relacionaban el crimen con el turismo; aunque se ha relacionado la demanda turística con el terrorismo no se ha relacionado directamente con el factor peligrosidad; ninguno de los estudios se han centrado en Colombia como punto de investigación. Además estos estudios se centran únicamente en información macroeconómica (datos oficiales de visitantes y turistas).

Así pues podemos afirmar que no hay evidencias de que exista una publicación que estudie el nicho propuesto: Como afecta la peligrosidad a la demanda turística desde una perspectiva macroeconómica (país) y microeconómica (turista individual).

2. Marco Teórico

Autor	Año	Publicación	Información	Conclusión
Ávila, V.R.F	2002	Universidad Externado de Colombia	Estudia el impacto del terrorismo en la llegada de turistas mediante ejemplos de países en los que se han producido atentados.	El estudio demuestra que un país con mayor actividad terrorista reduce la llegada de turistas internacionales
Montolio, D., & Planells-Struse, S.	2013/2014	Institut d'economia de Barcelona	Investiga el impacto que tiene la actividad turística española en las tasas de criminalidad de provincias españolas.	Se concluye que la actividad turística influye negativamente en la tasa de crímenes. La tasa de crimen es más alta en las regiones con menos turismo estacional.
Altindag, D.	2014	Auburn University	Analiza la relación entre la actividad turística y el riesgo de victimización del destino.	Muestra que aunque el riesgo de victimización influye en la elección del destino en países con grandes atracciones turísticas ese factor puede ser compensado.
Biagi, B. & Detotto, C.	2010/2015	Contributi di Recerca Crenos	Análisis del vínculo entre el crimen y turismo con foco en las distorsión de la actividad criminal causada por la presencia de turistas.	La presencia de turistas fomenta la actividad criminal pero de diferente manera según el tipo de crimen.

3. Hipótesis

Una vez hecho una propuesta del tema a estudiar (El turismo Colombiano) y habiendo realizado la búsqueda de antecedentes adecuada para encontrar los diferentes nichos de investigación posibles, he definido tres posibles hipótesis, una principal y dos sub-hipótesis.

HG- “El índice de criminalidad afecta al número de turistas que recibe Colombia cada año.” Partiendo de esta hipótesis principal, hemos definido como nicho de investigación que no existe estudio alguno en la que se relacione la peligrosidad con el turismo de este país, especialmente desde el punto de vista del turista. De esta manera y para poder dar resultado a esta hipótesis, formulamos diferentes preguntas, (¿La percepción de seguridad afecta a la hora de escoger el destino del turista?, ¿Las personas que viajan a Colombia tienen menos en cuenta el criterio de seguridad?) de las que obtendré dos sub-hipótesis más.

SubH1- “Qué influencia tiene en los turistas extranjeros que visitan Colombia el criterio de seguridad”. Esta sub-hipótesis nos ayudará a revelar qué importancia tiene para las personas que han decidido viajar a Colombia el criterio de dirigirse a un lugar más seguro o inseguro.

SubH2- “La percepción de inseguridad es un factor importante a la hora de elegir el destino”. Con esta sub-hipótesis analizaremos qué impacto tiene la sensación de seguridad/inseguridad que tiene el viajero sobre el país a la hora de escoger Colombia como lugar de destino.

4. Metodología

Una vez definidas las Hipótesis del nicho a investigar, teniendo en cuenta que nadie ha hecho un análisis global de la relación de peligrosidad con el turismo en que, a la vez se haya hecho un análisis macroeconómico con cliente y microeconómico con el cliente potencial, enunciaremos la metodología que se utilizará para este estudio.

HP – Para responder a la hipótesis principal “El índice de criminalidad afecta al número de turistas que recibe Colombia cada año” haremos una comparación utilizando métodos cuantitativos con datos oficiales donde se muestran resultados estadísticos de víctimas en Colombia, a la vez que en sus departamentos, en diferentes ámbitos como: homicidio, secuestro, terrorismo... y los datos que extraemos del Banco Mundial sobre el número de llegadas que recibe Colombia anualmente para así ver si tienen alguna relación. Así pues se hará un análisis de correlación y regresión del número de turistas (y) en relación a la criminalidad en el periodo anterior (xt-1). Este análisis es el mismo que se realiza en Altindag, 2014.

SH1- “Qué influencia tiene en los turistas extranjeros que visitan Colombia el criterio de seguridad”. Para la segunda sub-hipótesis haremos una encuesta cuantitativa en la que se le pregunte al turista que ya ha decidido viajar a Colombia sobre diferentes factores que han influido en su decisión de destino, así veremos cuánto ha influido el criterio de seguridad a la hora de tomar su decisión. Tomaremos como ejemplo, añadiendo el resto de variables necesarias, el estudio que hace TRAVELSAT donde encuestan a más de 15000 turistas internacionales de más de 300 mercados diferentes al que se les pregunta: What mostly prompted your decision to choose this destination?.

SH2 – “La percepción de inseguridad es un factor importante a la hora de elegir el destino”. Para estudiar esta sub-hipótesis llevaremos a cabo dos experimento mediante la exposición de recursos audiovisuales a grupos de turistas potenciales. Para hacer estos experimentos utilizaremos los conceptos de Priming y Framing. En lo que al Priming se refiere, ocurre cuando un contenido proyectado sugiere a la audiencia cual debería ser su punto de referencia para evaluarlo (D.A. Scheufele & D. Tewksbury, 2007). Por otro lado el Framing se basa en la presunción de que dependiendo de cómo un contenido es caracterizado en un reportaje este puede influenciar en cómo es interpretado por la audiencia (Pan & Kosicki, 1993).

5. Análisis de la metodología y Resultados

5.1 HG: “La criminalidad afecta al número de turistas que recibe Colombia cada año”

5.1.1 Análisis de Correlación

Como se ha comentado anteriormente para contrastar la primera hipótesis general utilizaremos datos Macroeconómicos (Crímenes, Red Nacional de información y Turistas, Migración Colombia) realizaremos dos análisis cuantitativos.

Para empezar haremos un análisis bidimensional en el que analizaremos la asociación a través de este método cuantitativo de la variables Turistas y Crímenes partiendo de las series anuales siguientes:

*Tabla 1: Datos Víctimas y Turistas extranjeros

Vigencia	Víctimas	Turistas Extranjeros
2004	452.073	790.940
2005	495.040	933.244
2006	474.694	1.053.344
2007	495.351	1.195.440
2008	437.061	1.222.102
2009	258.897	1.353.700
2010	198.389	1.474.839
2011	242.284	1.582.914
2012	246.323	1.692.821
2013	251.363	1.832.089
2014	216.062	2.051.918

En primer lugar se realizarán los análisis de correlación entre la serie de crímenes y turistas extranjeros. En particular, dos análisis: Uno contemporáneo comparando las series temporales del mismo año (t) y otro en el que se compara los crímenes en el año anterior con los turistas de ese año (t-1). Esta hipótesis ya se analiza en D. Altindag, 2014 y la idea es ver el efecto de los crímenes en el año anterior en la decisión del turista que viaja este año.

Con estos resultados podemos verificar que hay una relación relativa fuerte, debido a que el resultado nos da una cifra negativa lejana a cero, entre el número de crímenes y el número de turistas que recibe Colombia tanto en el primer caso como en el segundo.

Si interpretamos este resultado adaptándolo a nuestro estudio veremos entonces que, aunque sí que es verdad que el número de crímenes que tiene Colombia en un año tiene relación con el número de turistas extranjeros que recibe Colombia anualmente, también lo es de la misma manera, en el segundo caso.

*Tabla 2: Análisis de correlación (HG)

Serie comparadas	Correlación
Turistas vs. Crímenes	-0.8358
Turistas vs. Crímenes (t-1)	-0.8328

5.1.2 Análisis de Regresión

Por otro lado realizaremos un análisis de regresión simple como método para ver la relación que tiene el número de Crímenes con el número de turistas extranjeros que recibe Colombia tal y como utiliza D. Altindag, 2014.

Este análisis de regresión nos muestra que por cada crimen de más que se comete en Colombia en un año el número de turistas extranjeros que recibe Colombia ese año disminuye en 2,38. Por lo tanto podemos ver que el hecho de que haya más crímenes en el país afecta al número de turistas que recibe.

Por otro lado la bondad de ajuste de 69,3% nos indica la fiabilidad que tienen los resultados de la ecuación de regresión simple. Es decir que el resultado de disminución de 2,38 turistas por cada crimen nos explica un 69,3% de la información sobre nuestra variable Turistas que recibe Colombia.

*Tabla 3: Análisis de Regresión (HG)

Turistas	Coficiente	T
Crímenes	-2.382223	-4.26
Constante	2284882	10.91
R-Squared	0,6936	-

5.2 SH1: “Qué influencia tiene en los turistas extranjeros que visitan Colombia el criterio de seguridad”.

La metodología utilizada para responder esta segunda hipótesis ha sido basada en encuestar a una muestra de 71 personas que han escogido Colombia como destino turístico realizada por la agencia de viajes Panamericano Viajes. (ver anexo 1)

Para definir esta encuesta, tal y como se ha mencionado anteriormente, hemos utilizado como ejemplo la encuesta realizada por TRAVELSAT donde encuestan a más de 15000 turistas internacionales de más de 300 mercados diferentes donde preguntan: What mostly prompted your decision to choose this destination?

Así pues procederemos a realizar un análisis de los resultados obtenidos en el reencuentro de respuestas:

*Tabla 4: Resultados Encuesta (SH1) “Tienes algún conocido que haya viajado a Colombia?”

Conocido de visita en Colombia	Encuestados	%
Si	11	15,49%
No	60	84,51%

*Tabla 5: Resultados Encuesta (SH1) “Qué aspecto tienes más en cuenta a la hora de elegir tu destino vacacional?”

Aspectos a tener en cuenta	%
Gastronomía	20%
Cultura	10%
Seguridad	31%
Paisajes - Playa	29%
Accesibilidad	10%

Estos resultados nos muestran que, dentro del número de personas encuestadas, el mayor porcentaje de respuestas a nuestra pregunta clave pertenece a la respuesta de que el factor seguridad es lo que los viajeros más tienen en cuenta a la hora de escoger su destino vacacional. De la misma manera y relacionado con esta pregunta la mayoría de encuestados, teniendo en cuenta que estos ya han escogido Colombia como destino, tienen algún conocido que ha viajado anteriormente a este país.

5.3 SH2: “La percepción de inseguridad es un factor importante a la hora de elegir el destino”.

5.3.1 Experimento 1

En el experimento 1 se ha introducido la percepción de inseguridad a través de lo que se conoce en literatura experimental como Priming por lo cual la exposición a determinados estímulos influye en la respuesta a una situación posterior.

Para contestar a la segunda sub-hipótesis he llevado a cabo un experimento con dos grupos de estudiantes universitarios aleatorios. Para evaluar si la percepción de seguridad es importante a la hora de decidir si escogerían Colombia como destino vacacional he editado dos vídeos sobre Colombia para poder mostrar a cada grupo. A un primer grupo se les muestra un vídeo de Colombia desde la visión de playa, cultura y aventura que el país ofrece. El segundo vídeo incluye esta primera parte de Colombia “bonita” seguido de unas imágenes de los suburbios del país, la pobreza que entristece las calles y el narcotráfico. Los vídeos que se muestran a los dos grupos inicialmente son idénticos excepto por la inclusión de una segunda parte sobre Colombia en el grupo experimental. En ambos vídeos se ven imágenes reales tanto de los paisajes como de la vida en las calles de Colombia. A los dos grupos a los que se les realizó el experimento se les explicó que éste tenía como objetivo hacer un estudio sobre su opinión respecto a las imágenes que se mostraban aclarando que no habían respuestas correctas o incorrectas.

Después de que los estudiantes vieran las imágenes se les dio una hoja con seis preguntas a responder (ver anexo 2), cuatro de las cuales eran para caracterizar la situación y dos más concretas sobre su opinión respecto viajar a Colombia. La pregunta clave de la encuesta “Después de ver el vídeo señala del 1 al 10 cuál es tu motivación por viajar a Colombia” se evaluaba en una escala de diez puntos.

El experimento ha sido llevado a cabo en la Escuela Superior de ciencias Sociales y de la Empresa a estudiantes de Administración de Empresas y Turismo. La muestra de los encuestados ha sido de 66 estudiantes de los cuales una encuesta ha tenido que ser descartada por falta de información reduciéndose esta a una muestra de 65 estudiantes encuestados donde 26 son hombres y 39 son mujeres. A los encuestados se les pidió que no las preguntas hasta después de ver las imágenes y una vez proyectadas procedieron a contestar el formulario en un tiempo aproximado de 5 minutos. Las preguntas de la encuesta estaban ordenadas aleatoriamente para minimizar la influencia en la respuestas de los encuestados (Podsakoff et al. 2003).

Una vez recogidas las muestras nos disponemos a analizar los resultados obtenidos (R. Lee & L. Lockshin, 2012):

En primer lugar los resultados nos dejan ver que aquellos estudiantes que han visualizado las imágenes únicamente de los paisajes de Colombia expresan un mayor entusiasmo por viajar a Colombia (puntuación media = 6,81) comparado con aquel grupo que vio también imágenes sobre la vida en las calles de Colombia (puntuación media = 4,42). El intervalo de confianza nos dice que podemos estar un 95% seguros de que la diferencia media entre la motivación para viajar a Colombia del grupo Experimental y el grupo de Control se encuentra entre -3,447 y -1,329 puntos. La diferencia de puntuación entre los dos grupos (2,388) es estadísticamente significativa basada en los resultados de t-Test de dos muestras. El P-valor nos permite

rechazar la hipótesis de que la percepción de seguridad sea la misma en el grupo Experimental que en el Grupo de control por lo que podemos concluir que esta percepción sí que influencia a la hora de escoger Colombia como destino turístico. Esto apoya la teoría de la efectividad de que el experimento en Priming manipula la percepción de los participantes. Al mismo tiempo nos ayuda a valorar en 34,94% (2,38/6,81) el efecto de la percepción de inseguridad en un destino turístico.

En los análisis de regresión observados en la tabla 7 hemos tenido en cuenta las otras preguntas que se hacían en la encuesta para ver la influencia de estas variables. Los resultados finales nos indican que sólo la pregunta “Tiene algún conocido que haya visitado Colombia?” es estadísticamente significativa. Por lo tanto concluimos que, cuando incorporamos el resto de variables, la variable de la pregunta influyente se ve afectada. En este caso la diferencia entre la motivación de viajar a Colombia entre el grupo experimental y el grupo de control se reduce de 2,38 a 2,00 por lo que sabemos que aunque sigue habiendo un 1,996 de diferencia significativa, ese 0,4 restante de diferencia venía explicado por la cantidad de encuestados que tenían algún conocido que había viajado a Colombia, de todas formas esos dos puntos siguen siendo considerables. Además la R-cuad= 36% nos indica que podemos explicar un 36% de información de la motivación por viajar a Colombia con nuestras variables explicativas.

*Tabla 6: T de dos muestras (SH2 Priming)

Grupo	Muestras	Media	Desv. Est.	T-valor	P-valor
G. Experimental	33	4,42	2,27	-	-
G. Control	32	6,81	1,87	-	-
Diferencia	-	-2,388	-	4,51	0,00

*Tabla 7: Análisis de regresión (SH2 Priming)

Factor	Coefficiente	T-valor	P-valor
Constante	5,158	3,01	0,004
Sexo	-0,7421	-1,38	0,173
A viajado al extranjero	0,4093	0,79	0,433
Background about Co	-0,3889	-0,50	0,617
Conocido viajado a Co	-1,3036	-2,27	0,027
Destino de Preferencia	0,8009	1,36	0,18
Grupo	1,9962	3,39	0,001
R-cuad.	36%	-	-

5.3.2 Experimento 2

En el experimento 2 se ha introducido la percepción de la inseguridad a través de lo que se conoce en literatura experimental como Framing por el cual la forma en la que se expresa una noticia afecta a una decisión posterior. Para contestar a la segunda sub-hipótesis he llevado a cabo un experimento con dos grupos de estudiantes universitarios aleatorios. Para evaluar si la percepción de seguridad es importante a la hora de decidir si escogerían Colombia como destino vacacional he editado dos vídeos sobre Colombia que mostrar a cada grupo. A un primer grupo se les muestra un video de los informativos de Colombia (Noticias Caracol) donde se proyecta una noticia sobre Colombia escogida como uno de los destinos turísticos preferidos según diferentes periódicos estadounidenses. El segundo video de los informativos proyecta una noticia sobre un grupo callejero que ha estado cometiendo crímenes en la ciudad de Bogotá. Ambos vídeos son provenientes del mismo telediario Colombiano por lo que tienen el mismo

formato. En ambos vídeos se ven imágenes y noticias reales que han sido retransmitidas en Colombia.

A los dos grupos a los que se les realizó el experimento se les explicó que éste tenía como objetivo hacer un estudio sobre su opinión respecto a la noticia que se proyectaba aclarando que no habían respuestas correctas o incorrectas.

Después de que los estudiantes vieran las imágenes se les dio una hoja con seis preguntas a responder (ver anexo 2), cuatro de las cuales eran para caracterizar la situación y dos más concretas sobre su opinión respecto viajar a Colombia. La pregunta clave de la encuesta “Después de ver el vídeo señala del 1 al 10 cuál es tu motivación por viajar a Colombia” se evaluaba en una escala de diez puntos.

El experimento ha sido llevado a cabo en la Escuela Superior de ciencias Sociales y de la Empresa a estudiantes de Administración de Empresas y Turismo. La muestra de los encuestados ha sido de 41 estudiantes donde 30 son hombres y 11 son mujeres. A los encuestados se les pidió que no leyeran la encuesta hasta después de ver las imágenes y una vez proyectadas éstas procedieron a contestar las preguntas en un tiempo aproximado de 5 minutos. Las preguntas de la encuestas estaban ordenadas aleatoriamente para minimizar la influencia en la respuestas de los encuestados (Podsakoff et al. 2003).

Una vez recogidas las muestras nos disponemos a analizar los resultados obtenidos R. Lee & L. Lockshin, 2012:

En primer lugar los resultados nos muestran que aquellos estudiantes que han visualizado las imágenes de la noticia positiva sobre Colombia expresan un mayor entusiasmo por viajar a Colombia (puntuación media = 5,20) comparado con aquel grupo que vio también imágenes sobre la vida en las calles de Colombia (puntuación media = 3,10). El intervalo de confianza nos dice que podemos estar un 95% seguros de que la diferencia media entre la motivación para viajar a Colombia del grupo Experimental y el grupo de Control se encuentra entre -3,655 y -0,555 puntos. La diferencia de puntuación entre los dos grupos (-2,105) es estadísticamente significativa basada en los resultados de t-Test de dos muestras. El P-valor nos permite rechazar la hipótesis de que la percepción de seguridad sea la misma en el grupo Experimental que en el Grupo de control por lo que podemos concluir que esta percepción sí que influencia a la hora de escoger Colombia como destino turístico. Esto apoya la teoría de la efectividad de que el experimento en Framing manipula la percepción de los participantes. Al mismo tiempo nos ayuda a valorar en 40,48% (2,105/5,20) el efecto de la percepción de inseguridad en un destino turístico.

En los análisis de regresión observados en la tabla 9 hemos tenido en cuenta las otras preguntas que se hacían en la encuesta para ver la influencia de estas variables. Los resultados finales nos indican que sólo la pregunta “Tiene algún conocido que haya visitado Colombia?” es estadísticamente significativa. Por lo tanto concluimos que, cuando incorporamos el resto de variables, la variable de la pregunta influyente se ve afectada. En este caso la diferencia entre la motivación de viajar a Colombia entre el grupo experimental y el grupo de control aumenta de 2,105 a 2,1504 por lo que prácticamente el efecto del resto de variables es insignificante. Además la R-cuad= 35,1% nos indica que podemos explicar un 35,1% de información de la motivación por viajar a Colombia con nuestras variables explicativas.

*Tabla 8: T de dos muestras (SH2 Framing)

Grupo	Muestras	Media	Desv. Est.	T-valor	P-valor
G. Experimental	21	3,10	2,53	-	-
G. Control	20	5,20	2,38	-	-
Diferencia	-	-2,105	-	-2,75	0,009

*Tabla 9: Análisis de regresión (SH2 Framing)

Factor	Coefficiente	T-valor	P-valor
Constante	1,538	0,48	0,635
Sexo	0,0914	0,11	0,915
A viajado al extranjero	-0,7203	-0,96	0,346
Background about Co	0,2125	0,24	0,814
Conocido viajado a Co	-1,0154	-1,24	0,222
Destino de Preferencia	0,603	1,98	0,055
Grupo	2,1504	2,73	0,010
R-cuad.	35,1%	-	-

Conclusiones

Después de haber realizado este estudio donde el principal objetivo ha sido obtener respuesta a cuál es la afectación, sobre la demanda turística de viajeros internacionales, que tiene factor peligrosidad en Colombia desde una perspectiva macroeconómica (país) y microeconómica (turista individual) podemos presentar tres conclusiones en función a las hipótesis planteadas. En la Hipótesis General donde estudiamos si el índice de criminalidad afecta al número de turistas que recibe Colombia cada año, el análisis de correlación y regresión realizados para los que hemos utilizado datos oficiales de crímenes y turistas extranjeros nos da como conclusión que efectivamente hay una relación negativa en donde el hecho de que haya más crímenes el año anterior influye negativamente en la cantidad de turistas extranjeros que recibe Colombia este año. Evidentemente hay un problema de causalidad en este resultado. Por otro lado la primera Sub-hipótesis donde hemos investigado la influencia que tiene en los turistas extranjeros que visitan Colombia el criterio de seguridad nos muestra con el estudio realizado mediante encuestas a viajeros con destino Colombia que el principal factor a tener en cuenta, dentro de los opciones mostradas, de los turistas es la que hay seguridad en el país al que van a viajar. Por último y respecto a la segunda Sub-Hipótesis en la que nos preguntábamos si la percepción de inseguridad es un factor importante a la hora de elegir un destino vacacional, los conceptos Priming y Framing nos han ayudado a concluir que aquellas personas que perciben Colombia como un país inseguro tienen una motivación más baja de viajar a este país que aquellas que no han sido estimuladas con la percepción de inseguridad en este destino.

Este estudio nos ha demostrado que Colombia puede recibir hasta un 20% menos de turismo debido a la percepción de peligrosidad que tienen los turistas sobre este país. En Colombia el turismo tiene un impacto muy significativo a nivel económico, lo que sugiere que necesita ayudas públicas que desarrollen iniciativas que promuevan más las atracciones turísticas que este país tiene (Brida, J.G et al. 2009) para que así el turista tenga una mejor impresión del país que lo ayude a escoger Colombia como un posible destino en el futuro.

Este mismo estudio realizado en un país con una situación similar en cuanto a criminalidad y peligrosidad en su país, como podría ser México, nos mostraría una comparativa de hasta qué punto este factor se puede ver compensado con otros aspectos positivos que pueda tener el país. Teniendo en cuenta que vivimos en un mundo globalizado e interconectado hoy en día, una nueva marca-país y una buena promoción de la marca podría proporcionar un impacto positivo en la percepción de seguridad que tiene la población de otras partes del mundo. Sería interesante hacer un análisis antes de la puesta en marcha de la campaña y posterior para poder estudiar los resultados. Por otro lado teniendo en cuenta el activo importante que es el turismo en Colombia se podrían estudiar diferentes maneras en las que el gobierno ayudara a sentir protegido al turista. Una de las formas en las que el gobierno podría participar sería en ver el gasto económico que podría tener el hecho de aumentar la vigilancia policial en zonas turísticas clave para poder ofrecer a los turistas zonas libres de vendedores ambulantes. Para hacer este estudio tendría sentido realizar un análisis previo en el que ver hasta qué punto estás zonas libres de vendedores ambulantes atraerían a los turistas según la sensación de seguridad que esto les transmita.

Agradecimientos

Para poner punto y final a este proyecto con el que finaliza también mi etapa como estudiante quería agradecer el esfuerzo y dedicación de mi tutor de Trabajo de Final de Grado Jose M^a Raya el cual no solo ha estado a disposición en todo momento para ayudarme durante la investigación sino que me ha dado todas las facilidades posibles para poder realizarlo con éxito. Su vocación por lo que hace es una fuente de inspiración y su experiencia y motivación por lo que hace creo que se ve reflejada, en este caso, en los proyectos que dirige.

Por otro lado hacer una mención especial a mis padres, los que han intentado darme todos los recursos posibles y han hecho todo lo que ha estado en su mano para contactar con agencias y personal en Colombia. Agradecerles también su preocupación y apoyo constante.

Referencias Bibliográficas

- Altindag, D. T. (2014). Crime and international tourism. *Journal of Labor Research*, 35(1), 1-14.
- Askitas, N. (2015). Calling the Greek Referendum on the nose with Google Trends. Available at SSRN 2633443.
- Ávila, V.R.F (2002). El impacto del terrorismo en las llegadas de turismo internacional - algunos ejemplos. *Turismo y sociedad* 1 (2002): 70-79.
- Biagi, B., & Detotto, C. (2014). Crime as tourism externality. *Regional Studies*, 48(4), 693-709.
- Brida, J. G., Pereyra, S. J., Risso, W. A., Such Devesa, M. J., & Zapata Aguirre, S. (2009). The tourism-led growth hypothesis: empirical evidence from Colombia. *Tourism: an international multidisciplinary journal of tourism*, 4(2), 13-27.
- Cortés, D., & Montolio, D. (2014). Provision of Public Goods and Violent Conflict: Evidence from Colombia. *Peace Economics, Peace Science and Public Policy*, 20(1), 143-167.
- Fletcher, R. (2011). "The Only Risk is Wanting to Stay": Mediating Risk in Colombian Tourism Development. *Recreation and Society in Africa, Asia and Latin America*, 1(2).
- Harrendorf, S., & Heiskanen, M. (2010). International statistics on crime and justice. European Institute for Crime Prevention and Control, affiliated with the United Nations (HEUNI.)
- Lee, R., & Lockshin, L. (2012). Reverse country-of-origin effects of product perceptions on destination image. *Journal of Travel Research*, 51(4), 502-511.
- Maldonado, B. (2014). Recuperación del turismo en Colombia.
- Marín, J. E. M. (2012). Security Measures on the International Tourism. INTECH Open Access Publisher.
- Montolio, D., & Planells-Struse, S. (2013). Does tourism boost criminal activity? Evidence from a top touristic country. *Crime & Delinquency*, 0011128713505489.
- Pizam, A., & Mansfeld, Y. (1996). *Tourism, crime and International security issues*. John Wiley & Sons.
- Rubio, M. (1995). Crimen y crecimiento en Colombia. *Coyuntura económica*.
- Sánchez, F., Díaz, A. M., & Formisano, M. (2003). Conflicto, violencia y actividad criminal en Colombia: un análisis espacial. CEDE.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of communication*, 57(1), 9-20.

Anexos

Anexo 1

Estamos realizando un estudio sobre la percepción que tienen los turistas extranjeros sobre el destino que escogen antes de viajar. Le rogamos unos minutos de su tiempo para que nos ayude a conocer mejor los turistas que visitan Colombia.

Características del Turista

1. **Sexo**
 Mujer Hombre
2. **Entre qué rango de edad se encuentra?**
 16 – 27 28 – 40
 40 – 60 +60
3. **Qué nivel de estudios tiene?**
 Primarios Universitarios
 Técnicos

Hábitos del Turista

4. **Quién le acompaña?**
 Familia Amigos
 Compañeros de trabajo
5. **Desde qué zona viaja?**
 EEUU Hispano América
 España Otro

6. **Qué zona tiene pensado visitar?**
 Bogotá Cartagena
 Medellín Santa Marta Otro
7. **Cuál es el motivo de su viaje?**
 Negocios Placer
8. **Su viaje está organizado por una Agencia de viajes?**
 Si No

Influencia en el Turista

9. **Tiene algún conocido que haya visitado Colombia?**
 Si No
10. **Qué aspectos ha tenido en cuenta a la hora de escoger este destino? Valórelos del 1 al 5 donde 1 es el valor más elevado.**

() Gastronomía

() Cultura

() Seguridad

() Paisajes –Playas, Selva-

() Accesibilidad

11. **Cuál de los siguientes motivos ha influido más a la hora de tomar su decisión de viajar a Colombia? (Señale máximo dos opciones)**

 Recomendación de amigos o conocidos

 Lugar/Monumento famoso que debe ser visitado

 Recomendación de la Agencia de viajes

 Oferta/Barato destino

 Información leída sobre el destino

 Geográficamente cercano

 Película grabada en el País

 Anuncio/Campaña de publicidad atractiva
12. **Ha oído hablar de la Campaña “Colombia, el riesgo es que te quieras quedar?”**
 Si No
13. **(En caso afirmativo) Esta campaña ha despertado su interés por viajar al país o ha influido en su decisión?**
 Si No

Anexo 2

Sexo:

- Masculino Femenino

Has viajado alguna vez fuera de Europa des de los 14 años?

- Sí No

Habías visto anteriormente imágenes de Colombia?

- Sí No

Tiene algún conocido que haya visitado Colombia?

- Si No

Después de ver el vídeo señala del 1 al 10 cuál es tu motivación por viajar a Colombia

-  1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 

Cuál de los siguientes países preferirías como destino vacacional?

- Chile Ecuador Colombia Perú

