

## DESTINOS COLOMBIA

### Un estudio de valoración de riesgos turísticos

Juan Gabriel Vanegas<sup>\*</sup>  
Fundación Universitaria Autónoma de las  
Américas - Medellín, Colombia

**Resumen:** Este estudio identifica y valora los riesgos a los que se enfrentan los consumidores al tomar la decisión de viajar hacia destinos turísticos colombianos. El concepto de riesgo está asociado a la percepción intrínseca de éste por parte de expertos en todo el proceso de compra y disfrute, por ello se recurre a la valoración de éstos desde la óptica de las agencias de viajes de la ciudad de Medellín, Colombia. La metodología utilizada es la técnica multicriterio de proceso de análisis jerárquico para encontrar los riesgos más importantes de acuerdo a los criterios de evaluación identificados, dada la incertidumbre y subjetividad existente inherente al proceso. Entre los riesgos con mayor valoración se destacan las condiciones de seguridad, aspectos relacionados con los itinerarios del viaje, los elevados precios en el destino final, y que el viaje no cumpla con las expectativas; asimismo se encontró que las zonas de costa se perciben con un nivel más alto de presencia de riesgo.

**PALABRAS CLAVE:** riesgo percibido, toma decisiones, turista, paquetes turísticos, proceso de análisis jerárquico.

**Abstract:** Destination Colombia: A Study of Tourist Risk Assessment. This paper identifies and ranks the risks consumers face when choosing a vacation destination in Colombia. The concept of risk is associated with the intrinsic perception of experts in the whole process of purchasing and enjoyment; therefore we use as qualitative information the assessment of travel agencies in the city of Medellin (Colombia). A multi-criteria analytic hierarchy process methodology is used in order to find the most important risks according to the identified valuation criteria, given the inherent uncertainty and subjectivity of the process. Among the risks with higher valuation are security conditions, aspects related to the itineraries of the trip, higher prices at the final destination, and trips that do not meet expectations; it was also found that coastline areas are perceived with a higher level of risk.

**KEY WORDS:** perceived risk, decision making process, tourist, package tours, analytic hierarchy process.

**JEL Classification:** A12, C44, C65, D81, L83, M1

---

<sup>\*</sup> Economista y MSc Economía por la Universidad de Antioquia (Medellín, Colombia). Docente en la Fundación Universitaria Autónoma de las Américas, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Medellín, Colombia. Investigador del Grupo de Investigación en Ciencias Económicas y Administrativas -GICEA-, Medellín, Colombia. E-mail: jg.tecnologico@gmail.com; juan.vanegas@uam.edu.co

## INTRODUCCIÓN

La industria de los viajes y el turismo es una actividad de enclave significativa en gran parte de los países del mundo, con incidencias directas e indirectas en el aparato productivo (WTTC, 2014a). Su contribución a la economía en los últimos tiempos ha exhibido uno de los comportamientos más dinámicos con aportes significativos a la generación de empleo y riqueza. En el 2013, el sector representó para Colombia USD6.3 billones, lo cual da cuenta del 5,3% del Producto Interno Bruto (PIB) y una generación total cercana a los 1.2 millones de empleos (WTTC, 2014b).

Ahora bien, la materialización o los resultados económicos que ha exhibido el turismo dependen de las decisiones individuales o colectivas que toman los consumidores a la hora de viajar. Las motivaciones de los turistas son claves a la hora de elegir un destino para vacacionar. En la teoría de las necesidades jerárquicas de Maslow (1943), se contempla que un individuo al cumplir con un objetivo superior, va a requerir satisfacer una necesidad superior; pero ciertas restricciones –como las condiciones de seguridad y riqueza- impiden que éste pueda moverse hacia niveles cada vez mayores de necesidades. En este sentido, las percepciones asociadas al riesgo son factores claves para determinar la elección del destino de los turistas (Roehl & Fesenmaier, 1992; Sönmez & Graefe, 1998a; Lepp & Gibson, 2003).

Parece lógico asumir que la naturaleza del turismo se basa en que un potencial visitante se encuentra ubicado a una distancia física desde donde efectuará la decisión de consumo, es decir que debe desplazarse para disfrutar de su elección, el destino final seleccionado. En esa línea argumentativa, autores como Roehl & Fesenmaier (1992) y Law (2006) destacan que la distancia es un elemento que puede dar lugar a aumento en las percepciones de riesgo psicológicas, debido a factores asociados al costo del viaje y al desconocimiento de las reglas del juego que pueda ofrecer el destino como tal. Bajo esta premisa, el riesgo percibido por un viajero respecto a una locación para vacacionar involucra varias dimensiones, por lo que la identificación de categorías asociadas a éste se torna relevante de estudiar.

La literatura académica ha mostrado que dichas percepciones muestran una relación inversa en las intenciones de viaje, es decir cuando éstas son altas, las intenciones se reducen (Pennington-Gray, Schroeder & Kaplanidou, 2011). En la misma dirección, se ha demostrado que la elección de un destino no se basa solamente en un conjunto de decisión que incluye precios e impresiones concebidas de un lugar, sino además que las percepciones que comprometen la integridad física y la salud de las personas, así como aquellas medidas preventivas que se adoptan para generar un clima de seguridad, son claves en la formación de expectativas de los potenciales turistas (Pizam, Tarlow & Bloom, 1997).

En este trabajo se revisaron varias investigaciones sobre los riesgos turísticos, encontrando que el tema no ha sido estudiado en Colombia, por lo que se identifican diversas dimensiones del riesgo

con base en la literatura académica, las que se contextualizan en los principales destinos y se jerarquizan por medio de juicios de expertos en el área, mediante una técnica multicriterio. Pennington-Gray et al. (2011), señalan que no existe una jerarquización consistente de cuáles son los riesgos percibidos y en qué grado lo son o cuáles son más riesgosos, dado que éstos dependen de una variedad tanto de factores externos como internos.

## PROCESO DE TOMA DE DECISIONES EN TURISMO

El comportamiento y las decisiones de consumo alrededor de bienes y servicios son influenciados por múltiples factores endógenos y exógenos. El consumo de servicios presenta ciertas particularidades que lo tornan más complejo que el acceso a bienes tangibles. Elementos como la intangibilidad, inseparabilidad del proceso de producción y consumo, heterogeneidad y conservabilidad, hacen parte de las características intrínsecas asociadas al acceso a bienes incorpóreos. En esa dirección, Swanbrooke & Horner (2007) plantean que el turismo presenta una naturaleza intangible de oferta de servicios, lo cual tiene una incidencia directa en el consumidor durante el proceso de toma de decisiones involucrado con la compra. Ahora bien, las dinámicas de gasto de recursos que se llevan a cabo en el turismo conllevan a decisiones riesgosas para el consumidor.

Luego, al llevar estas propiedades al contexto de servicios de turismo, aspectos o rasgos distintivos aparecen en consideración. Moutinho (1987), sostiene que existen dos situaciones que explican la elección de un comprador: i) el proceso de adquisición tiene un fuerte componente emocional para los consumidores, y ii) el proceso de compra generalmente es la culminación de un largo proceso de planificación, selección, evaluación y valoración de alternativas por un gran número de personas. Cooper, Fletcher, Gilbert & Wanhill (2008), presentan una serie de factores que determinan la demanda turística, la cual depende del proceso de decisión individual, que contiene un conjunto de actitudes, percepciones, motivaciones de viaje y las impresiones concebidas del destino (*destination images*).

En efecto, en el contexto del turismo, Gilbert (1992) sostiene que existen cuatro áreas generales que determinan el acceso de los agentes económicos a este tipo de bienes: i) *energisers*, corresponde a aquellas fuerzas, como la motivación, que conducen al turista a llevar a cabo determinada acción; ii) *filterers*, existen factores de tipo económico, sociológico y psicológico que limitan o restringen la demanda; iii) *affecters*, tanto la imagen del destino como el conjunto de información disponible inciden sobre las decisiones individuales o el conjunto de recordación (*evoked sets*); y iv) *roles*, considera los posibles papeles que asumirá el agente económico, así como los roles adoptados en la compra turística.

Bajo estas condiciones, la incertidumbre y la percepción del riesgo aparecen como las restricciones del conjunto de maximización de la utilidad derivada de los servicios turísticos. A estas

barreras, se suma la completitud de la información que posee un individuo para tomar la decisión, dado que previo a la compra de un servicio turístico, los consumidores adquieren una gran cantidad de información y anticipan el consumo, lo cual deriva en la creación de imágenes y expectativas. La decisión de compra del turista presenta algunos aspectos únicos: es una inversión tangible sin tasa de retorno, y la compra es a menudo preparada y planeada a través de ahorros realizados durante un período considerable de tiempo (Moutinho, 2000).

En la misma línea de argumentación, Abelson & Levi (1985, citado en Sirakaya y Woodside, 2005), señalan que la toma de decisiones se compone de tres elementos hilados al tiempo: decisiones estructuradas frente a aquellas orientadas; decisiones sin riesgo contra modelos de elección arriesgada; y decisiones normativas versus modelos descriptivos. Bajo esta perspectiva, las decisiones libres de riesgo consideran las preferencias del individuo, mientras que aquellas arriesgadas consideran un conjunto de probabilidades. En este punto existe un continuo de entornos de opciones bajo situaciones que van desde conjuntos de elección adecuadamente definidos, hasta aquellos que contienen información imprecisa o inexacta. Las primeras incluyen decisiones libres de riesgo, mientras que las segundas generalmente involucran decisiones riesgosas debido a la incertidumbre del resultado. En los entornos de viajes es habitual encontrar conjuntos de elección con ciertas imprecisiones y asimetrías con resultados que esconden probabilidades desconocidas, debido a la naturaleza inmaterial y experiencial del turismo.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, Swarbrooke & Horner (2007) plantean que la elección de compra de un producto turístico, en comparación con la de un bien tangible, involucran restricciones adicionales que complejizan y dificultan el comportamiento de un eventual turista a la hora de elegir un destino. Estos nuevos elementos acarrearán un alto riesgo al existir: i) situaciones de compromiso y participaciones elevadas tanto en la decisión de compra como de consumo; ii) altos niveles de inseguridad por las características intangibles del bien; iii) una gran carga de emotividad; iv) una influencia considerable de otros individuos; v) repercusiones en un horizonte temporal extenso; vi) situaciones que involucran un proceso dispendioso de recabar información; y vii) costos de oportunidad ocultos en los destinos a visitar.

## **DETERMINACIÓN DE LOS RIESGOS TURÍSTICOS DESDE LA TEORÍA Y ESTUDIOS APLICADOS**

Desde lo general a lo particular, la sección previa mostró que las decisiones turísticas no siempre se pueden predecir con exactitud, y además, que la completitud y simetría de la información distan de evidenciarse en la práctica, razón por la cual los riesgos son inherentes a este proceso. Diversos trabajos han revisado minuciosamente las concepciones y evolución del estudio del riesgo en la literatura turística (Reisinger & Mavondo, 2006; Korstanje, 2009). En éstos se expone como la probabilidad de que algo (negativo) ocurra o como una condición de exposición o vulnerabilidad. También se ve como una categoría cognitivo-perceptiva que responde a un estímulo directo.

Asimismo, se desprenden tres clasificaciones (Haddock, 1993, citado en Reisinger & Mavondo, 2006): absoluto, real y percibido, que significan en su orden, el riesgo inherente sin que existan controles, el riesgo que existe realmente en un momento dado, y una valoración subjetiva por parte de un individuo sobre éste en cualquier momento; en el último escenario se ubica este trabajo.

En palabras de Moutinho (2000), el riesgo se concibe como una función que combina incertidumbre, características del lugar a visitar y el modo como fue realizada la compra, lo cual genera un conjunto de consumo que puede presentar condiciones no previstas. De igual forma, existen consecuencias desde un punto de vista financiero y psicosocial, así como percepciones por parte del tomador de decisiones que involucran cierto grado de subjetividad. Visto de esta forma, el grado de riesgo puede variar con los costos involucrados en la decisión y con el grado de certeza de ésta, aspectos que son los que conducen a la maximización de la utilidad.

En los escenarios de probabilidades y posibilidades de elección, las decisiones concernientes a las actividades turísticas, antes, durante y después del proceso de compra, corresponden a un conjunto de elección que está sujeto a riesgos y pérdidas, dada la naturaleza incierta de éste. De acuerdo con la perspectiva encontrada en la literatura académica, las decisiones de compra traen asociadas consigo un riesgo percibido, que incluye factores de tipo objetivo y subjetivo. Moutinho (2000) y Solomon (2010) clasifican estos riesgos en cinco tipologías: i) monetarios, que implican la pérdida o desperdicio de dinero; ii) funcionales, cuando las expectativas no se materializan; iii) físicos, en el momento en que se compromete la salud del individuo; iv) sociales, en caso de estar pasado de moda o compromete el estatus personal; y v) psicológicos, cuando se producen situaciones que debilitan la autoestima o engendran culpabilidad (Figura 1). Por su parte, Schiffman & Kanuk (2000), añaden un riesgo adicional, el temporal, que aparece cuando el producto final no reúne las expectativas formadas dado un tiempo invertido en el proceso de búsqueda.

Figura 1: Tipologías genéricas del riesgo percibido

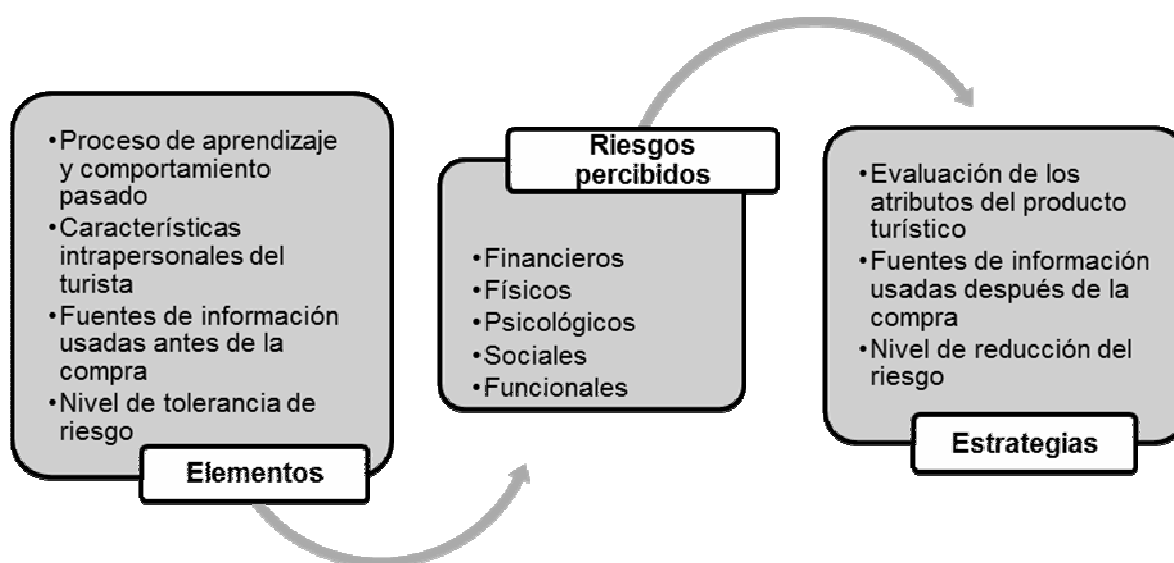


Fuente: Traducido y adaptado de Solomon (2010)

Ahora bien, existe un relacionamiento entre las categorías de riesgo descritas anteriormente y la forma en que éste puede valorarse (Figura 2). En primer lugar, existe un individuo como turista que se forma unas expectativas y que percibe el riesgo teniendo en cuenta sus características internas, el proceso de aprendizaje experiencial desde el comportamiento vivido en viajes pasados, el conjunto de información y las fuentes que usó antes de tomar la decisión de viajar, así como el nivel de concientización que posee sobre el riesgo (Moutinho, 2000). No obstante, Larsen (2007) plantea una diferenciación conceptual entre riesgo y disposición emocional, dado que es posible captar y manifestar un riesgo aun cuando no tenga disposición afectiva alguna. El riesgo opera sobre el aparato cognitivo pero no denota intencionalidad. Para el caso de análisis, es plausible pensar que Colombia es un país peligroso y aun así es potencial para visitarlo porque ese peligro no le atañe al tomador de decisiones.

Con base en ello, es posible visualizar el riesgo como un proceso que tiende a ser minimizado, es decir, si bien el riesgo es inherente y puede existir, se utilizan métodos de reducción del mismo hasta que llegue a un nivel que sea tolerable para el individuo y que sea consistente con los objetivos de compra. Luego, desde el concepto de aversión al riesgo y el perfil del turista, éste puede ser neutral, adverso o amante al riesgo (Moutinho, 2000). En la misma dirección, Roehl & Fesenmaier (1992), ya habían propuesto segmentar a los turistas en tres tipos de grupos de acuerdo a la percepción del riesgo: i) neutralidad, no consideran que el turismo entrañe algún tipo de riesgo; ii) funcionalidad, encuentran la posibilidad de fallas bien sea en equipos mecánicos, en la parte organizativa del tour o en el destino como las principales fuentes de riesgos relacionados con el turismo, iii) espacialidad (locaciones riesgosas), notan que existen ciertas especificidades en los destinos que los convierten en riesgosos.

Figura 2: Relación entre las variables que componen los riesgos turísticos



Fuente: traducido y adaptado de Moutinho (2000)

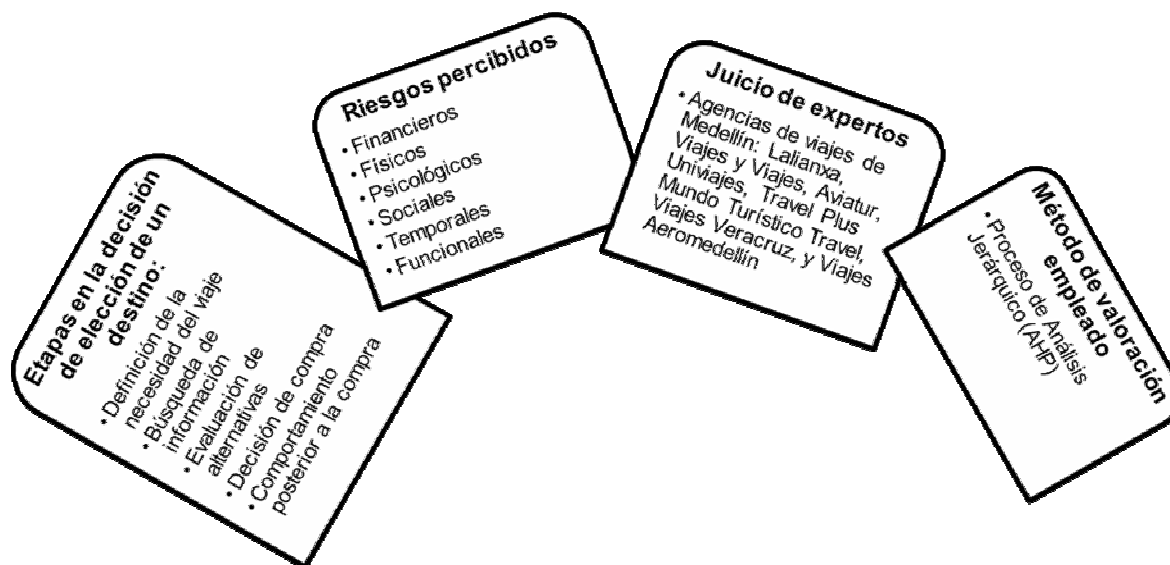
Empíricamente se ha demostrado que las percepciones de riesgo inciden directamente en las intenciones de compra de los turistas. En distintos escenarios y contextos los riesgos asociados a la decisión de viajar han sido no solo identificados, sino también estimados y valorados en importancia. Los estudios sobre el tema van desde la conceptualización y tratamiento teórico de éste (Moutinho, 1987; Roehl & Fesenmaier, 1992; Korstanje, 2009, 2011); hasta aplicaciones empíricas evaluando, paquetes turísticos grupales taiwaneses (Tsaor, Tzeng & Wang, 1997; Wang, Jao, Chang & Chung, 2010); la percepción del terrorismo en las decisiones de viajes internacionales por parte de americanos (Sönmez & Graefe, 1998b); la determinación del riesgo del servicio en paquetes vacacionales por parte de estudiantes universitarios británicos y chipriotas (Mitchell, Davies, Moutinho & Vassos, 1999); la percepción del riesgo asociada a la búsqueda de sensaciones y experiencias en regiones particulares del mundo, por parte de adultos americanos (Lepp & Gibson, 2003; 2008); las barreras o miedos a los viajes de ocio desde la perspectiva de operadores turísticos australianos, así como de estudiantes (Dolnicar, 2005); los riesgos percibidos por los turistas de China continental hacia destinos del sudeste asiático (Weifeng, 2005); la evaluación de los riesgos de viaje en parques e islas en Taiwán por parte de estudiantes (Hsu & Lin, 2006; 2014); el impacto percibido de los riesgos en las decisiones de viaje hacia Hong Kong por parte de turistas internacionales (Law, 2006); las diferencias culturales en la percepción de riesgo y seguridad, ansiedad e intenciones de viajar en turistas australianos, canadienses, griegos, hongkoneses, británicos y americanos (Reisinger & Mavondo, 2006); la perspectiva del viajero y la forma de gestionar el riesgo por parte no solo de turistas que visitan Texas (EEUU), sino también de residentes de este lugar (Simpson & Siguwaw, 2008); la construcción de una escala que mide las preocupaciones turísticas en estudiantes universitarios noruegos y turistas que visitaron este país (Larsen, Brun & Øgaard, 2009); la percepción del riesgo en contextos y tipologías específicas, en personas con discapacidad física (Reis, 2011), y en turismo de aventura (Marques et al., 2012); la percepción del riesgo por parte de residentes brasileños y turísticas que visitan Curitiba (Amorin, Gandara, Tarlow & Korstanje, 2012); y los impactos de los riesgos percibidos en las intenciones de volver a visitar Alanya (Turquía) por parte de turistas (Çetinsöz & Ege, 2013).

La revisión de trabajos anteriores permite ver que la percepción de los riesgos turísticos tiene posturas multidisciplinarias; es de carácter multidimensional, abarcando desde concepciones generales del riesgo, hasta especificidades dependiendo del destino, donde la presencia e importancia de los aspectos del riesgo varía de acuerdo al tipo de turismo, a los eventos presentados, al entorno del destino, y a las preferencias y características del turista. Esta variedad sugiere que la percepción del riesgo es una variable independiente que explica el proceso de toma de decisiones contextualizado.

## MODELACIÓN DE LOS RIESGOS TURÍSTICOS CON PROCESO DE ANÁLISIS JERÁRQUICO (AHP)

La modelación de problemas bajo entornos de múltiples criterios involucra un conjunto de alternativas de comparación, para ser evaluadas contra el mismo conjunto de características (criterios o atributos); alternativas que se usan para arribar a la solución del sistema. La perspectiva de valoración adoptada en este trabajo sigue los planteamientos de Tsaur et al. (1997), donde el riesgo turístico se concibe como aquel que es percibido por el turista durante todo el proceso de elección de una opción de viaje. Con el fin de hacer operativa esta situación al momento de la valoración mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, se recurre al juicio de expertos en el área, es decir, personal directivo o técnico de ocho (8) agencias de viajes mayoristas y minoristas de la ciudad de Medellín, que en el día a día realizan el proceso de venta con el cliente; lo cual enfoca la valoración en la percepción desde el lado de la oferta (Figura 3). Este estudio consideró diferentes tipos de riesgos mostrados en la revisión de literatura que luego fueron contextualizados a los destinos turísticos en Colombia.

Figura 3: Diseño conceptual y metodológico para valorar los riesgos turísticos



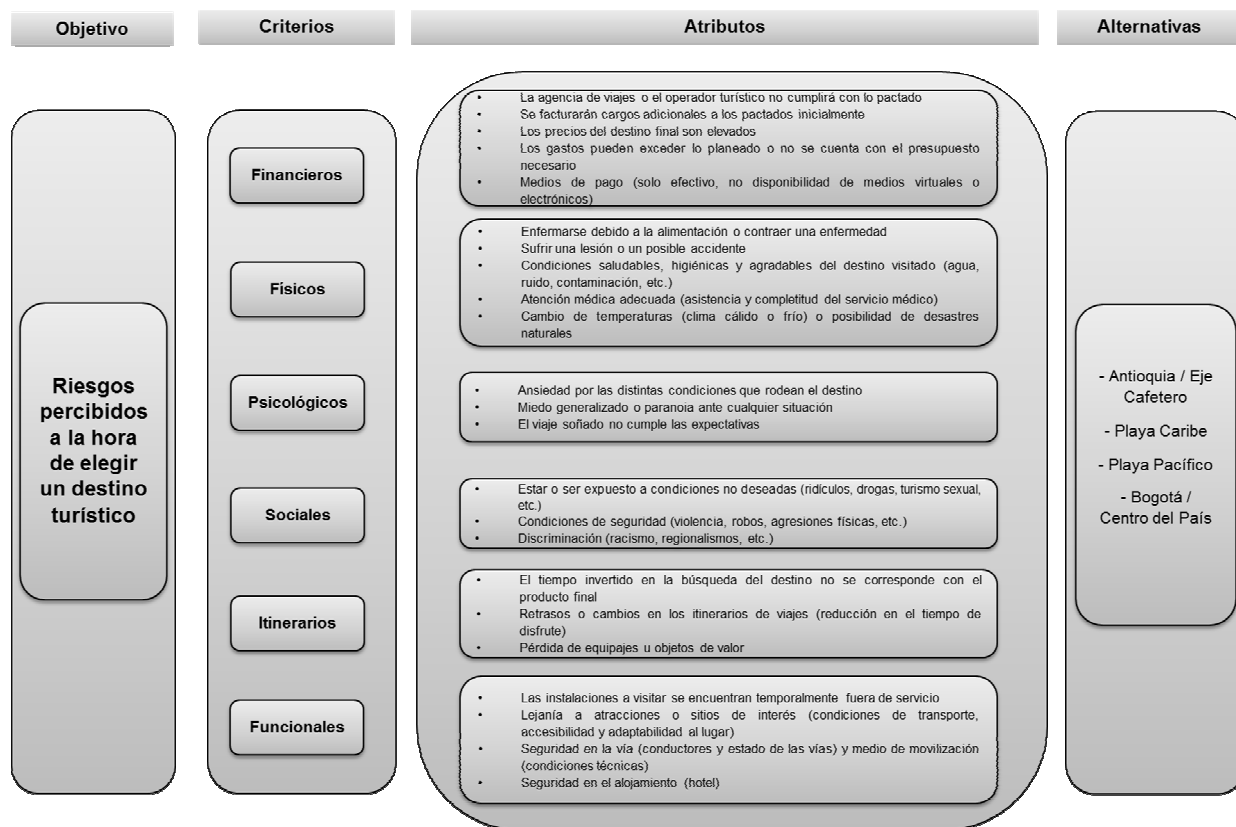
Fuente: Elaboración propia

El paso siguiente consistió en la valoración de los riesgos mediante comparaciones pareadas por parte de los expertos de las agencias de viajes. El modelo AHP desarrollado por Saaty (1994) es una herramienta adecuada para el objetivo de este trabajo porque permite desde una organización por categorías, descender a criterios y alternativas sucesivas, que a través de valoraciones, siguiendo la escala verbal de valoración trasladada a números absolutos entre 1 y 9 dependiendo de las preferencias, da lugar a ponderaciones y a la priorización entre las alternativas. De esta forma, el objetivo global que persigue la estructura jerárquica del modelo AHP presentada en la Figura 4, es determinar en una ordenación lineal, el conjunto de riesgos que más inciden a la hora de elegir un



destino turístico. Los riesgos identificados consisten en 6 categorías y 23 factores clasificados en cuatro niveles: nivel uno, valoración de riesgos; nivel dos, clasificación de los riesgos; nivel tres, desagregación de los riesgos en subcategorías; y nivel cuatro, destinos turísticos (Figura 4).

Figura 4: Niveles jerárquicos de valoración de riesgos turísticos



Fuente: Elaboración propia

En referencia a la clasificación anterior al tratarse de diferentes juicios de expertos, se tendrán varias valoraciones para cada nivel, por lo que para resolver esta situación, matemáticamente se usó la media geométrica a fin de garantizar la condición de unanimidad (principio de Pareto), así como la condición de homogeneidad en las valoraciones (Aczel & Saaty, 1983). Con ello, la elección de la forma de agregación se hizo para las preferencias individuales (no para las prioridades individuales), dado que implica una agregación sinérgica de preferencias individuales, de tal manera que el grupo se convierte en un nuevo 'individuo' y se comporta como si fuera uno solo (Forman & Peniwati, 1998). Por último, para las valoraciones inconsistentes se construyeron matrices de perturbaciones (Saaty, 2003), y así alcanzar una consistencia matemática adecuada (Saaty, 1994).

El último nivel de la jerarquía contiene la escala de puntuación, y es diferente de los dos niveles previos, en cuanto a la forma de valoración típica en mundo AHP. La escala, en lugar de comparaciones pareadas, asigna a cada subcriterio relacionado con cada alternativa, tal como se sugiere en Liberatore (1987). La razón subyace en que a la hora de valorar los 23 riesgos turísticos

con sus respectivos destinos, el número de comparaciones crece exponencialmente y se dificulta identificarlas con respecto a cada alternativa. Se ha adaptado para este modelo una escala de valoración de tres puntos, donde han sido identificados tres posibles estados de presencia del riesgo en los principales destinos turísticos de Colombia: alto (A), medio (M), y bajo (B). Los valores reportados en la Tabla 1, corresponden a esta adaptación, donde el vector de ponderaciones ha sido calculado usando la media geométrica de todos los valores de cada celda.

Tabla 1: Matriz de juicios de comparaciones pareadas para la escala de tres puntos

	A	M	B	Ponderación local
A	1	5	9	0,6000
M	1/5	1	5	0,3333
B	1/9	1/5	1	0,0667

Fuente: Elaboración propia adaptada de la propuesta de Liberatore (1987)

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados relativos a la valoración de los riesgos más importantes a la hora de elegir un destino turístico en Colombia, comprenden dimensiones generales y riesgos específicos, así como las percepciones de los niveles de exposición a los riesgos en los principales lugares para vacacionar en el país. La Tabla 2 presenta el resumen agregado de las matrices de comparaciones pareadas para cada categoría de riesgos. Así, para determinar la importancia relativa en cada nivel de la estructura jerárquica, se conforman matrices simétricas con la agregación geométrica de los juicios de valor. Por ejemplo, en la categoría de riesgos de itinerarios se construye una matriz de orden 3x3, en los financieros una de 5x5, y así para cada dimensión dependiendo de las alternativas identificadas.

Una vez agregadas las preferencias individuales de los expertos de las agencias de viajes, se encontró que los riesgos financieros (0,246) son los que se perciben como una mayor exposición para los turistas, seguidos por los itinerarios (0,195), sociales (0,168), funcionales (0,162), psicológicos y físicos (0,116 y 0,114, respectivamente) (Tabla 2). Entonces, parece lógico el dominio de este tipo de riesgo, dado que sin recursos financieros y sus factores asociados, las posibilidades de elección dentro de un conjunto turístico se reducen. Además, desde la planificación financiera, el balance de la relación ingresos/gastos, permite establecer la restricción presupuestaria del agente económico, por lo que se convierte en un factor predominante para el viajero.

Más allá de los resultados numéricos, un punto sensible tiene que ver, con que si bien en el proceso de entrevista y valoración de los juicios de valor, algunas agencias de viajes enfatizaron en una posible ocurrencia de los riesgos físicos, que reduciría ostensiblemente las opciones de disfrute del turista, de nada serviría que el destino seleccionado fuera poco costoso y los riesgos en este caso presentarían otra ordenación. Las otras categorías de riesgo, como los funcionales, pueden

controlarse o anticiparse a su ocurrencia, en tanto que la exogeneidad de factores asociados con los itinerarios, predisponen el comportamiento del turista, que al final se acomoda con las condiciones del destino. En los riesgos psicosociales, la individualidad de éstos, así como lo relativo que pueden ser, dependen de las preferencias y motivaciones (Quintal et al., 2010).

Tabla 2: Matrices de comparaciones pareadas para dimensiones generales y específicas de los riesgos turísticos

<b>Dimensiones</b>	FIN	FIS	PSI	SOC	ITI	FUNC	Pesos
Financieros	1,00	1,77	1,67	1,51	1,29	2,27	0,246
Físicos	0,57	1,00	0,96	0,78	0,44	0,69	0,114
Psicológicos	0,60	1,04	1,00	0,72	0,64	0,46	0,116
Sociales	0,66	1,29	1,38	1,00	1,02	1,16	0,168
Itinerarios	0,78	2,25	1,56	0,98	1,00	1,25	0,195
Funcionales	0,44	1,46	2,18	0,86	0,80	1,00	0,162
$\lambda_{max}: 6,10$ CR: 0,016							
<b>Financieros</b>	AG.CUMP	FACT	PREC	GAST	MEDIO	W	
Agencia cum.	1,00	0,78	0,32	0,40	0,45	0,102	
Facturación	1,28	1,00	0,65	0,59	0,84	0,158	
Precios	3,14	1,54	1,00	0,96	1,43	0,275	
Gastos	2,48	1,70	1,04	1,00	1,25	0,264	
Medio pago	2,22	1,19	0,70	0,80	1,00	0,202	
$\lambda_{max}: 5,02$ CR:0,005							
<b>Físicos</b>	ENF	ACC	COND	ATEN	CAMB	W	
Enfermarse	1,00	1,43	1,16	0,47	1,25	0,181	
Accidente	0,70	1,00	1,07	0,37	1,43	0,151	
Condiciones	0,86	0,94	1,00	0,36	1,44	0,152	
Atención	2,13	2,73	2,80	1,00	2,97	0,394	
Cambios	0,80	0,70	0,69	0,34	1,00	0,122	
$\lambda_{max}: 5,02$ CR:0,005							
<b>Psicológicos</b>	ANS		MIEDO		EXPEC		W
Ansiedad	1,00		1,05		0,35		0,213
Miedo	0,95		1,00		0,38		0,211
Expectativas	2,82		2,62		1,00		0,576
$\lambda_{max}: 3,00$ CR:0,002							
<b>Sociales</b>	EXPOS		SEG		DISC		W
Exposición	1,00		0,21		0,33		0,111
Seguridad	4,80		1,00		2,06		0,580
Discriminación	3,08		0,49		1,00		0,309
$\lambda_{max}: 3,01$ CR:0,008							
<b>Itinerarios</b>	TIEMP		RETR		PERD		W
Tiempo	1,00		0,33		0,27		0,129
Retrasos	3,02		1,00		0,78		0,384
Pérdida	3,74		1,28		1,00		0,487
$\lambda_{max}: 3,00$ CR:0,000							
<b>Funcionales</b>	INST	LEJAN	SEG	SITIO		W	
Instalaciones	1,00	1,08	0,36	0,45		0,145	
Lejanía	0,93	1,00	0,51	0,29		0,135	
Seguridad	2,81	1,97	1,00	0,68		0,312	
Sitio	2,24	3,45	1,48	1,00		0,409	
$\lambda_{max}: 4,05$ CR:0,017							

Fuente: Elaboración propia

Cuando se evalúan los 23 riesgos en su conjunto, se observa que la secuencia de ordenación arrojada indica que las condiciones de seguridad (0,097), la pérdida de equipajes u objetos de valor (0,095), los retrasos o cambios en los itinerarios de viajes (0,075), los altos precios en el destino final (0,068), el viaje soñado no cumple con las expectativas (0,067), las condiciones y características del sitio de alojamiento (0,066), y que los gastos pueden exceder lo planeado o no se cuenta con el presupuesto necesario (0,065), son el conjunto de características o factores de riesgo que más incidencia presentan a la hora de elegir un destino para vacacionar (Tabla 3).

Así las cosas, la seguridad es el principal riesgo para destinos colombianos, dado que aún existen conflictos internos en algunas áreas del país o simplemente aún reposa esa imagen negativa y el temor de desplazarse en y hacia el interior del mismo por parte de los viajeros. En consonancia con algunos trabajos empíricos (Pizam et al., 1997; Tsaur et al., 1997; Sönmez & Graefe 1998b; George, 2003; Dolnicar, 2005; Weifeng, 2005; Amorin et al., 2012), este factor influye significativamente en las personas, pues le da un valor significativo al destino cuando las condiciones de seguridad prevalecen, lo torna más competitivo, lo hace de mayor preferencia, y genera la intención de retornar o recomendar el destino a otros (George, 2003). Así, Weifeng (2005) manifiesta que la inseguridad orientada al turista se refiere a delitos locales cometidos contra éstos, y situaciones como fraudes, robos, violaciones, crímenes, etc., como enfermedades sociales crónicas que a menudo victimizan al turista. Esto también puede reflejar el hecho del robo a turistas extranjeros que visitan el país y hasta asesinatos que se han cometido a algunos de éstos, con una mayor difusión y repercusión que antes; situación que también se evidenció en turistas taiwaneses en el trabajo de Tsaur et al. (1997).

El estudio también encuentra que la pérdida de equipajes u objetos de valor, así como los cambios en los itinerarios son una medida importante del riesgo al que se enfrenta un turista; resultados similares a los problemas organizacionales definidos por Roehl & Fesenmaier (1992). Más allá de que la mayor probabilidad de ocurrencia se incline hacia el tema de la seguridad, las incertidumbres inherentes asociadas con los viajes muestran que los efectos derivados de cambios en los itinerarios, inhiben el conjunto de elección del turista. Tal como lo señalan Reisinger & Mavondo (2006), la dimensión temporal inmersa en los itinerarios ha sido percibida como una variable significativa en los estudios de percepción del riesgo. Además, desde la perspectiva de la sensibilidad a la búsqueda de experiencias, cuando estas condiciones están sujetas a la incertidumbre, el turista prefiere hacer sus propios arreglos del viaje, viajar libremente sin un itinerario bien definido, evitar lo convencional, reunirse con personas locales, participar en la cultura del país anfitrión, y renunciar a la comodidad que le permita disfrutar de una experiencia más auténtica (Lepp & Gibson, 2008).

Adicionalmente, el tema de las expectativas que un turista se forja por a las sensaciones que experimentará al visitar lugares nuevos, o también, el disfrute que le producirían los posibles acontecimientos durante el viaje, la experiencia a priori de viaje, o la primera vez que lo hará, son entre otros, parte de los comportamientos emocionales que constantemente los tomadores de decisiones evalúan a la hora de elegir. En el tema de las condiciones y características del sitio de

alojamiento, los resultados son similares a los encontrados en Mitchell et al. (1999), en el cual uno de los principales riesgos encontrados era que 'el hotel no luce tan bonito como lo era en la foto del folleto informativo', lo cual muestra el carácter engañoso de los procesos de venta de paquetes y la contribución de éstos a la imagen que se forja el consumidor.

Tabla 3: Vectores de prioridades compuesto para los subriesgos evaluados

Riesgos	Pesos globales	Orden	Subriesgos	Pesos locales	Pesos globales	Orden
Financieros	0.246	1	El operador turístico no cumplirá con lo pactado	0.102	0.025	14
			Se facturarán cargos adicionales a los pactados inicialmente	0.158	0.039	12
			Los precios del destino final son elevados	0.275	0.068	4
			Los gastos pueden exceder lo planeado o no se cuenta con el presupuesto necesario	0.264	0.065	7
			Medios de pago (solo efectivo, no disponibilidad de medios virtuales o electrónicos)	0.202	0.050	10
Físicos	0.114	6	Enfermarse debido a la alimentación o contraer una enfermedad	0.181	0.021	19
			Sufrir una lesión o un posible accidente	0.151	0.017	22
			Condiciones saludables, higiénicas y agradables del destino visitado (agua, ruido, contaminación, etc.)	0.152	0.017	21
			Atención médica adecuada (asistencia y completitud del servicio médico)	0.394	0.045	11
			Cambio de temperaturas (clima cálido o frío) o posibilidad de desastres naturales	0.122	0.014	23
Psicológicos	0.116	5	Ansiedad por las distintas condiciones que rodean el destino	0.213	0.025	15
			Miedo generalizado o paranoia ante cualquier situación	0.211	0.024	16
			El viaje soñado no cumple las expectativas	0.576	0.067	5
Sociales	0.168	3	Estar o ser expuesto en ridículo	0.111	0.019	20
			Condiciones de seguridad (violencia, robos, etc.)	0.580	0.097	1
			Discriminación (racismo, regionalismos, etc.)	0.309	0.052	8
Itinerarios	0.195	2	El tiempo invertido en la búsqueda del destino no se corresponde con el producto final	0.129	0.025	13
			Retrasos o cambios en los itinerarios de viajes (reducción en el tiempo de disfrute)	0.384	0.075	3
			Pérdida de equipajes u objetos de valor	0.487	0.095	2
Funcionales	0.162	4	Las instalaciones a visitar se encuentran temporalmente fuera de servicio	0.145	0.023	17
			Lejanía a atracciones o sitios de interés (condiciones de transporte, accesibilidad y adaptabilidad al lugar)	0.135	0.022	18
			Seguridad en la vía (conductores y estado de las vías) y medio de movilización (condiciones técnicas)	0.312	0.050	9
			Condiciones y características del sitio de alojamiento (hotel)	0.409	0.066	6

Fuente: Elaboración propia

En el último escalón de valoración de riesgos, aparecen las condiciones climatológicas, situaciones exógenas tanto al destino como al operador turístico y al consumidor, por lo que éstas se perciben como incontrolables, si bien el actuar de los seres humanos incide para que exista una mayor variabilidad. Luego, esta variable dentro del conjunto decisorio es incorporada por los turistas en la elección de la época para viajar y las posibles condiciones que estarán presentes en el entorno al momento de disfrutar del lugar de destino (Pennington-Gray et al., 2011).

Por otro lado, con base en las ponderaciones globales para cada riesgo y el uso de la escala Liberatore, se encontró el nivel de presencia del riesgo en los principales destinos turísticos en Colombia (Antioquia y Eje Cafetero –AyEC-, Costa Caribe –CC-, Bogotá y centro del país –ByCP-, y Costa Pacífico –CP-). La Tabla 4 recoge los resultados correspondientes. De acuerdo con el sistema de puntuación que brindaron las agencias de viajes, se encuentra que los destinos de ByCP y AyEJ son considerados con nivel bajo de presencia de riesgo, al alcanzar puntuaciones de 0,1644 y 0,1870, respectivamente; cuando se los comparan con los destinos costeros, el Pacífico (0,3637) fue el que más índices de riesgos medios y altos obtuvo, seguido del Caribe (0,2849).

A modo de síntesis, la ordenación encontrada de los riesgos turísticos para destinos colombianos, muestra que existen factores internos y externos que los turistas toman en consideración a la hora de viajar. Algunos de éstos tienen una relación directa y pueden incidir en las decisiones de los viajeros,

mientras que otros se toman como un dato, como una variable exógena que se escapa de su control. En consonancia con ello, y desde la competitividad de un lugar que atrae visitantes, aspectos como la regulación local del destino, una sólida base de clientes, y un sistema de gestión empresarial que capture la ocurrencia de eventos, son elementos que permiten minimizar los riesgos en el destino objetivo, a fin de potencializarlo y crear mecanismos de retroalimentación que permitan posicionarlo acorde a las necesidades y expectativas del turista.

Tabla 4: Percepción de los niveles de riesgos en los principales destinos turísticos en Colombia

Riesgos	Pesos globales	Antioquia / Eje Cafetero			Destinos Caribe			Bogotá / Centro del país			Destinos Pacífico		
		Calificación	Valoración	V*PG	Calificación	Valoración	V*PG	Calificación	Valoración	V*PG	Calificación	Valoración	V*PG
<b>Financieros</b>													
El operador turístico no cumplirá con lo pactado	0.0250	B	0.0667	0.0017	B	0.0667	0.0017	B	0.0667	0.0017	B	0.0667	0.0017
Se facturarán cargos adicionales a los pactados inicialmente	0.0388	B	0.0667	0.0026	B	0.0667	0.0026	B	0.0667	0.0026	B	0.0667	0.0026
Los precios del destino final son elevados	0.0675	B	0.0667	0.0045	A	0.6000	0.0406	B	0.0667	0.0045	M	0.3333	0.0225
Los gastos pueden exceder lo planeado o no se cuenta con el presupuesto necesario	0.0649	B	0.0667	0.0043	A	0.6000	0.0389	B	0.0667	0.0043	M	0.3333	0.0216
Medios de pago (solo efectivo, no disponibilidad de medios virtuales o electrónicos)	0.0499	B	0.0667	0.0033	B	0.0667	0.0033	B	0.0667	0.0033	B	0.0667	0.0033
<b>Físicos</b>													
Enfermarse debido a la alimentación o contraer una enfermedad	0.0206	M	0.3333	0.0069	A	0.6000	0.0123	M	0.3333	0.0069	A	0.6000	0.0123
Sufrir una lesión o un posible accidente	0.0172	A	0.6000	0.0103	M	0.3333	0.0057	M	0.3333	0.0057	M	0.3333	0.0057
Condiciones saludables, higiénicas y agradables del destino visitado (agua, ruido, contaminación, etc.)	0.0173	B	0.0667	0.0012	M	0.3333	0.0058	B	0.0667	0.0012	M	0.3333	0.0058
Atención médica adecuada (asistencia y completitud del servicio médico)	0.0447	B	0.0667	0.0030	B	0.0667	0.0030	B	0.0667	0.0030	A	0.6000	0.0288
Cambio de temperaturas (clima cálido o frío) o posibilidad de desastres naturales	0.0138	A	0.6000	0.0063	B	0.0667	0.0009	M	0.3333	0.0046	M	0.3333	0.0046
<b>Psicológicos</b>													
Ansiedad por las distintas condiciones que rodean el destino	0.0247	B	0.0667	0.0016	A	0.6000	0.0148	B	0.0667	0.0016	M	0.3333	0.0082
Miedo generalizado o paranoia ante cualquier situación	0.0244	B	0.0667	0.0016	B	0.0667	0.0016	B	0.0667	0.0016	M	0.3333	0.0081
El viaje soñado no cumple las expectativas	0.0667	B	0.0667	0.0044	B	0.0667	0.0044	B	0.0667	0.0044	M	0.3333	0.0222
<b>Sociales</b>													
Estar o ser expuesto en ridículo	0.0185	B	0.0667	0.0012	B	0.0667	0.0012	B	0.0667	0.0012	B	0.0667	0.0012
Condiciones de seguridad (violencia, robos, etc.)	0.0972	B	0.0667	0.0065	B	0.0667	0.0065	M	0.3333	0.0324	M	0.3333	0.0324
Discriminación (racismo, regionalismos, etc.)	0.0519	B	0.0667	0.0035	B	0.0667	0.0035	B	0.0667	0.0035	B	0.0667	0.0035
<b>Temporales</b>													
El tiempo invertido en la búsqueda del destino no se corresponde con el producto final	0.0251	B	0.0667	0.0017	B	0.0667	0.0017	B	0.0667	0.0017	B	0.0667	0.0017
Retrasos o cambios en los itinerarios de viajes (reducción en el tiempo de disfrute)	0.0749	M	0.3333	0.0250	M	0.3333	0.0250	M	0.3333	0.0250	M	0.3333	0.0250
Pérdida de equipajes u objetos de valor	0.0950	B	0.0667	0.0063	B	0.0667	0.0063	B	0.0667	0.0063	B	0.0667	0.0063
<b>Funcionales</b>													
Las instalaciones a visitar se encuentran temporalmente fuera de servicio	0.0234	B	0.0667	0.0016	B	0.0667	0.0016	B	0.0667	0.0016	M	0.3333	0.0078
Lejanía a atracciones o sitios de interés (condiciones de transporte, accesibilidad y adaptabilidad al lugar)	0.0218	M	0.3333	0.0073	B	0.0667	0.0015	M	0.3333	0.0073	M	0.3333	0.0073
Seguridad en la vía (conductores y estado de las vías) y medio de movilización (condiciones técnicas)	0.0504	M	0.3333	0.0168	M	0.3333	0.0168	M	0.3333	0.0168	A	0.6000	0.0303
Condiciones y características del sitio de alojamiento (hotel)	0.0663	B	0.0667	0.0044	M	0.3333	0.0221	B	0.0667	0.0044	M	0.3333	0.0221
Puntaje Total				0.1279			0.2218			0.1456			0.2831
Puntaje normalizado				<b>0.1644</b>			<b>0.2849</b>			<b>0.1870</b>			<b>0.3637</b>

Fuente: Elaboración propia

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En principio, la compra de un bien de consumo diario y la compra de un producto turístico tienen en común la satisfacción de una necesidad. No obstante, con respecto a este último tipo de bienes, existen diferencias notables debido a la complejidad y diversidad de la experiencia de consumo y a los costos que implican, lo cual lleva a situaciones potenciales de riesgo, involucramiento y exposición para los turistas. Bajo esta premisa, ¿qué explica la toma de decisiones turísticas?, ¿qué factores influyen en el conjunto de elección de un turista? Es difícil de precisar una sola respuesta. Muchos factores interconectados contribuyen a brindar explicaciones y los cambios no son uniformes dentro de cada país ni entre ellos. La literatura empírica sobre el tema se ha encargado de mostrar que el riesgo percibido es multidimensional, que la importancia de los aspectos que configuran el riesgo turístico es variable y que difiere entre destinos (países), creencias, género, tipo de turismo, etc., por lo que el riesgo percibido podría ser utilizado parcialmente como variable explicativa en los procesos de toma de decisiones de los turistas. No obstante, es importante destacar la postura de Korstanje (2009) al afirmar que los estudios empíricos sobre la percepción del riesgo tienen sus limitaciones al considerar a éste como un atributo negativo que pone en peligro los aspectos positivos de un viaje.

Esta investigación aplicó un método multicriterio de valoración al análisis de la percepción de los

riesgos turísticos. La aproximación metodológica permitió la evaluación de aquellos riesgos, desde los juicios de expertos de agencias de viajes del sector, en el contexto de los destinos nacionales que presentan una mayor incidencia a la hora de escoger un destino para vacacionar. En este sentido, este trabajo hace varias contribuciones empíricas al análisis de la percepción de los riesgos turísticos, al presentar una primera aproximación a la medición del riesgo en destinos colombianos. Dado que este tema presenta muchas aristas, la presentación tuvo en cuenta riesgos generales que permiten la exploración de las principales dimensiones de los riesgos para un turista y los niveles de riesgos en los principales destinos nacionales.

Desde las percepciones de expertos en turismo, se puede concluir que la aplicación del método AHP en la ordenación de los principales riesgos que existen a la hora de viajar en el país, ayuda a la toma de decisiones orientada, tanto de consumidores, oferentes e instancias reguladoras. El sistema de ponderación propuesto para valorar el nivel de riesgo en destinos específicos, es útil para evaluar condiciones específicas en cada destino y buscar propuestas que permitan fortalecer la orientación hospitalaria de éste. Además, si emergen nuevos riesgos, así como la desagregación de lugares turísticos puntuales, es posible contar con una herramienta decisoria para vislumbrar cambios en las preferencias de los agentes económicos.

En general, se mostró que existe un conjunto de riesgos que caracterizan el proceso de elección de un destino turístico en Colombia. Con el fin de minimizar su incidencia, debe ser vista como una aproximación holística e integrada que reconozca la relación inter e intra vinculante entre cada uno de los factores de riesgo que caracterizan los conjuntos de elección. Por consiguiente, las condiciones de seguridad, aspectos relacionados con la organización turística, las condiciones financieras y las expectativas, fueron identificadas como los riesgos más importantes para un consumidor turístico. Estos hallazgos sirven de insumos y pueden ser usados en futuras investigaciones mediante aproximaciones multisectoriales o tipologías específicas de turismo. Además, los operadores turísticos pueden aprovechar estos elementos para que surjan nuevas ideas sobre el tipo de información publicitaria que podría disipar los temores de los consumidores; también para que los encargados de promover y regular los destinos turísticos nacionales gestionen eficazmente la cobertura mediática de éstos, con información detallada y precisa que proporcione máxima seguridad a los viajeros.

Dentro de las limitaciones y direcciones en futuras investigaciones, se tiene que dado el carácter exploratorio del estudio se pueden extraer elementos generales valiosos, así como inferencias significativas en torno a los riesgos turísticos en destinos colombianos. No obstante, los resultados de esta investigación plantean un conjunto de criterios de evaluación y un modelo de valoración desde la perspectiva de las agencias de viajes de una de las ciudades más importantes del país. Por consiguiente, futuras investigaciones podrían adoptar un enfoque institucional, donde se incluyan no solo otras percepciones, sino también otros actores que componen el sistema turístico. Del mismo modo, se puede ahondar en problemas concretos de riesgos según el tipo de turismo, o locaciones

específicas, para alcanzar valoraciones más detalladas y encontrar soluciones a problemas relacionados de una forma más precisa y eficaz.

*Agradecimiento: El presente trabajo es producto derivado del proyecto de investigación: “Perspectivas de la toma de decisiones en agentes económicos: aplicaciones en contextos de negocios y turismo”. Se agradece el apoyo financiero y la descarga académica otorgada por la Fundación Universitaria Autónoma de las Américas, así como a los siguientes estudiantes del programa de Hotelería y Turismo por su participación en el trabajo de campo: Natalia Castro, Ximena Idarraga, Brandon Ruiz, Yulledi Arcila, y Gilly Barros.*

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**Aczel, J. & Saaty, T.** (1983) “Procedures for synthesizing ratio judgments”. *Journal of Mathematical Psychology* 27(1): 93-102

**Amorin, E.; Gandara, J. M.; Tarlow, P. & Korstanje, M.** (2012) “Seguridad percibida en la ciudad de Curitiba. Un sondeo exploratorio en residentes locales y turistas”. *Revista de análisis turístico* (14): 1-9

**Çetinsöz, B. & Ege, Z.** (2013) “Impacts of perceived risks on tourists' revisit intentions”. *Anatolia* 24(2): 173-187

**Cooper, C.; Fletcher, D.; Gilbert, D. & Wanhill, S.** (2008) “Tourism: Principles and practice”. Prentice Hall Financial Times, Harlow

**Dolnicar, S.** (2005) “Understanding barriers to leisure travel: Tourist fears as a marketing basis”. *Journal of Vacation Marketing* 11(3): 197-208

**Forman, E. & Peniwati, K.** (1998) “Aggregating individual judgments and priorities with the analytic hierarchy process”. *European journal of operational research* 108(1): 165-169

**George, R.** (2003) “Tourist's perceptions of safety and security while visiting Cape Town”. *Tourism Management* 24(5): 575-585

**Gilbert, D.** (1992) “A study of the factors of consumer behaviour related to overseas holidays from the UK”. Doctoral Thesis, University of Surrey, Guildford

**Hsu, T. & Lin, L.** (2006) “Using fuzzy set theoretic techniques to analyze travel risk: An empirical study”. *Tourism Management* 27(5): 968-981

**Hsu, T. & Lin, L.** (2014) “Using fuzzy preference method for group package tour based on the risk perception”. *Group Decision and Negotiation* 23(2): 299-323

**Korstanje, M.** (2009) “Re-visiting risk perception theory in the context of travel”. *E-Review of Tourism Research* 7(4): 68-81

**Korstanje, M.** (2011) “Hacia una definición de angustia, riesgo y miedo: aplicada al mundo de los viajes y el turismo”. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo* (3): 1-17

**Larsen, S.** (2007) “Aspects of a psychology of the tourist experience”. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 7(1): 7-18

**Larsen, S.; Brun, W. & Øgaard, T.** (2009) “What tourists worry about – Construction of a scale measuring tourist worries”. *Tourism Management* 30(2): 260-265



- Law, R.** (2006) "The perceived impact of risks on travel decisions". *International Journal of Tourism Research* 8(4): 289-300
- Lepp, A. & Gibson, H.** (2003) "Tourist roles, perceived risk and international tourism". *Annals of Tourism Research* 30(3): 606-624
- Lepp, A. & Gibson, H.** (2008) "Sensation seeking and tourism: Tourist role, perception of risk and destination choice". *Tourism Management* 29(4): 740-750
- Liberatore, M.** (1987) "An extension of the analytic hierarchy process for industrial R&D project selection and resource allocation". *Engineering Management, IEEE Transactions on*, (1): 12-18
- Marques, R.; Kovacs, M.; de Azevedo, M.; Siqueira, G. & Aguiar, E.** (2012) "Riesgos percibidos en la práctica del buceo scuba: La perspectiva del consumidor". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 21(2): 402-416
- Maslow, A.** (1943) "A theory of human motivation". *Psychological review* 50(4): 370
- Mitchell, V.; Davies, F.; Moutinho, L. & Vassos, V.** (1999) "Using neural networks to understand service risk in the holiday product". *Journal of Business Research* 46(2): 167-180
- Moutinho, L.** (1987) "Consumer behavior in tourism". *European journal of marketing* 21(10): 5-44
- Moutinho, L.** (2000) "Strategic management in tourism". CABI, Cambridge
- Pennington-Gray, L.; Schroeder, A. & Kaplanidou, K.** (2011) "Examining the Influence of past travel experience, General Web, searching behaviour and risk perception on Future travel intentions". *International Journal of safety and Security in Tourism* 1(1): 64-92
- Pizam, A.; Tarlow, P. & Bloom, J.** (1997) "Making tourists feel safe: Whose responsibility is it?" *Journal of Travel Research* 36(1): 23-28
- Quintal, V.; Lee, J. & Soutar, G.** (2010) "Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example". *Tourism Management* 31(6): 797-805
- Reis, J.** (2011) "La percepción del riesgo en los turistas con discapacidad física: una propuesta de abordaje específico". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 20(5): 1084-1101
- Reisinger, Y. & Mavondo, F.** (2006) "Cultural differences in travel risk perception". *Journal of Travel & Tourism Marketing* 20(1): 13-31
- Roehl, W. & Fesenmaier, D.** (1992) "Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory analysis". *Journal of Travel Research* 30(4): 17-26
- Saaty, T.** (1994) "Fundamentals of decision making and Priority Theory with the Analytic Hierarchy Process". RWS Publications, Pittsburgh
- Saaty, T.** (2003) "Decision-Making with the AHP: Why is the Principal Eigenvector Necessary". *European Journal of Operational Research* 145(1): 85-91
- Schiffman, L. & Kanuk, L.** (2000) "Consumer behavior". Prentice Hall Inc., London
- Sirakaya, E. & Woodside, A.** (2005) "Building and testing theories of decision making by travelers". *Tourism management* 26(6): 815-832
- Simpson, P. & Siguaw, J.** (2008) "Perceived travel risks: The traveler perspective and manageability". *International Journal of Tourism Research* 10(4): 315-327
- Solomon, M.** (2010) "Consumer behaviour: a European perspective". Pearson education, Essex
- Swarbrooke, J. & Horner, S.** (2007) "Consumer behavior in tourism". Routledge, Sheffield

**Sönmez, S. & Graefe, A.** (1998a) "Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety". *Journal of Travel Research* 37(2): 171-177

**Sönmez, S. & Graefe, A.** (1998b) "Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions". *Annals of Tourism Research* 25(1): 112-144

**Tsaur, S.; Tzeng, G. & Wang, K.** (1997) "Evaluating tourist risks from fuzzy perspectives". *Annals of Tourism Research* 24(4): 796-812

**Wang, K.; Jao, P.; Chan, H. & Chung, C.** (2010) "Group package tour leader's intrinsic risks". *Annals of Tourism Research* 37(1): 154-179

**Weifeng, T.** (2005) "Risks perceived by mainland Chinese tourists towards Southeast Asia destinations: A fuzzy logic model". *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 10(1): 97-115

**WTTC - World Travel & Tourism Council** (2014a) "Travel & tourism economic impact 2014 World". London

**WTTC - World Travel & Tourism Council** (2014b) "Travel & tourism economic impact 2014 Colombia". London

Recibido el 10 de agosto de 2014

Reenviado el 13 de octubre de 2014

Aceptado el 16 de octubre de 2014

Arbitrado anónimamente