

Luders Fernandes, Diogo; Castillo Lacay, Marino Antonio; Gândara, José Manoel G.  
LA INFLUENCIA DE LA SEGURIDAD PÚBLICA EN LA SATISFACCIÓN Y EN LA  
FORMACIÓN DE LA IMAGEN DE CURITIBA (BRASIL) PARA EL VISITANTE Y LOS  
VISITADOS

Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 25, núm. 4, octubre, 2016, pp. 416-438

Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos

Buenos Aires, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180747502002>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

## LA INFLUENCIA DE LA SEGURIDAD PÚBLICA EN LA SATISFACCIÓN Y EN LA FORMACIÓN DE LA IMAGEN DE CURITIBA (BRASIL) PARA EL VISITANTE Y LOS VISITADOS

Diogo Luders Fernandes\*

Universidad Estadual do Centro Oeste

Iratí - Brasil

Marino Antonio Castillo Lacay\*\*

José Manoel G. Gándara\*\*\*

Universidad Federal do Paraná

Curitiba, Brasil

**Resumen:** La cuestión de la seguridad pública es esencial para el buen funcionamiento de la actividad turística, ya que es un factor determinante de la calidad y la satisfacción para la experiencia de los turistas en la ciudad. La sensación de inseguridad hace que las personas no utilicen los espacios públicos y calles de la ciudad. La seguridad es uno de los elementos fundamentales que caracterizan a la imagen de una ciudad como zona próspera y con calidad de vida. Este estudio analiza la influencia de la seguridad en la satisfacción y en la formación de la imagen de un destino turístico para los visitantes y visitados de Curitiba. Se realizó una investigación bibliográfica y documental sobre Curitiba, considerando los planes directores existentes y los estudios de la demanda turística de la ciudad, así como de la satisfacción de la comunidad local. Se han desarrollado tablas de evaluación que mediante el emparejamiento de las bases teóricas y los datos encontrados en la investigación bibliográfica y documental, identificaron que la satisfacción de los visitantes y visitados con la sensación de seguridad en la ciudad de Curitiba son positivas e influyen en la evaluación del destino y en la imagen de la ciudad.

**PALABRAS CLAVES:** Destinos turísticos, seguridad pública, satisfacción, imagen, Curitiba, Brasil.

**Abstract:** The Influence of Public Security in Satisfaction and in the Formation of the Image of Tourist Destination the Curitiba for Visitors and Visited. The question of public security is essential for the proper functioning of tourist activity, since it is a defining factor of quality and satisfaction as the experience of tourists in town. The feeling of insecurity puts people off of public spaces and the city's streets. Security one of the fundamental elements to characterise the image of a city as prosperous area and with quality of life. This study aims to analyze the influence of security in satisfaction and in the formation of the image of tourist destination for visitors and visited Curitiba. For both bibliographic and documentary research was used in Curitiba and Directors plans for existing demand in the city, developing evaluation tables which through the pairing of the theoretical basis and the data found on

---

\* Doctor en Geografía por la UFPR – Universidad Federal del Paraná, Curitiba, Brasil. Maestría en Turismo por la UNIVALI-SC – Universidad del Vale del Itajaí, Balneario Camboriú, Brasil. Bachiller en Turismo por la UEPG-PR – Universidad Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, Brasil. Se desempeña como Profesor de la carrera de turismo de la UNICENTRO-PR – Universidad del Centro Oeste, Iratí, Brasil. E-mail: digturr@yahoo.com.br

\*\* Doctorando en Geografía por la UFPR - Universidad Federal del Paraná, Curitiba, Brasil y Maestría en Geografía por la misma universidad, Curitiba, Brasil. Licenciatura en Economía por la Universidad Autónoma de Santo Domingo, Santo Domingo, República Dominicana. Es Ministro Consejero de la Embajada de la República Dominicana en Brasil, Brasilia DF; y Técnico del IPARDES – Instituto Paranaense de Desenvolvimento Económico e Social, Curitiba, Brasil. E-mail: marino7489@gmail.com

\*\*\* Doctor en turismo y desarrollo sustentable por la ULPGC – Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Las Palmas, España. Se desempeña como profesor e investigador del Departamento de Turismo y del Programa de Maestría y Doctorado en Turismo de la UFPR - Universidad Federal del Paraná, Curitiba, Brasil, y del Programa de Maestría y Doctorado en Geografía de la UFPR, Curitiba, Brasil. E-mail: jmgandara@yahoo.com.br

*demand research identified that the satisfaction of visitors and visited as the sense of security in the city of Curitiba to positively influence the assessment of the tourism destination and the image of the city's quality of life.*

**KEY WORDS:** *Tourism destination, public security, satisfaction, image, Curitiba, Brazil.*

## **INTRODUCCIÓN**

Las ciudades son destinos turísticos por excelencia y comprenden un espacio geográfico determinado, con características de clima, infraestructura y servicios propios. Poseen cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquieren centralidad atrayendo turistas mediante productos estructurados y adaptados a la demanda, gracias a la valoración y al ordenamiento de los atractivos disponibles. Están dotadas de una marca que se comercializa considerando su carácter integral. Así, se considera la infraestructura de acceso y circulación; el equipamiento y los servicios públicos, turísticos y de entretenimiento; las riquezas culturales únicas de cada ciudad; y los monumentos y paisajes singulares, los cuales motivan la visita de muchas ciudades del mundo. La ciudad ofrece lo mejor que tiene, la propia experiencia urbana (Ejarque, 2005; Wainberg, 2001; Scherer, 2002; Valls, 2000).

La necesidad de crear y recrear espacios está directamente relacionada con las reformas urbanas que viabilicen el uso de los espacios de la ciudad, mejorando el tráfico de vehículos, la seguridad y la conservación de los bienes patrimoniales que cuentan la historia espacial de la ciudad. A fin de crear un ambiente con calidad de uso y una imagen positiva del espacio, se deben combatir los problemas que llenan los espacios públicos urbanos y que reflejan el fracaso económico y funcional de determinados espacios; por ejemplo el vandalismo, la prostitución, el tráfico de drogas o los menores abandonados (Jacobs, 2011, Amorim *et al.*, 2012).

La infraestructura y los servicios urbanos son los principales responsables por una buena experiencia turística y una evaluación positiva de la ciudad, ya que la infraestructura resulta un elemento de fundamental importancia para el funcionamiento del turismo, pues sólo los atractivos y equipamientos turísticos no son suficientes para el funcionamiento de esta actividad. La infraestructura y los servicios urbanos tienen una gran influencia en la percepción del paisaje como factor definidor de la calidad de la experiencia en cuanto a la vivencia de la ciudad (Scherer, 2002; Boullón, 2002; Wainberg, 2001; Castrogiovanni, 2001).

La calidad en los servicios y equipamientos públicos, la conservación de edificaciones de valor cultural e histórico, la diversidad de espacios públicos con identidad y calidad ambiental, aliadas a una infraestructura de calidad, resultan en una ciudad que transmite hospitalidad. En este caso, ofrecer estos elementos al turista es esencial para que se sienta satisfecho con el viaje y quiera volver al lugar (Betat, 2009; Kaick, 2007; Ribeiro, 2002).

Uno de los factores que se destaca en la influencia del turismo en los espacios urbanos es la seguridad, debiendo invertir en medidas que permitan ambientes más seguros para los usuarios de la ciudad, de modo de combatir la criminalidad e incentivar el rescate del uso de espacios públicos abandonados debido a la inseguridad existente en estos lugares (Soares Junior, 2007).

En el turismo la seguridad pasa a ser un factor determinante en la elección del destino, así como en la experiencia y percepción de los turistas en cuanto a ese destino. Los turistas están muchas veces más vulnerables a la situación de la criminalidad, pues no conocen las costumbres y peligros de los lugares que visitan (Korstanje, 2012a; Amorim *et al.*, 2012; Soares Junior, 2007).

Este trabajo surge del siguiente problema de investigación: ¿Cómo influye la seguridad en la satisfacción y en la formación de la imagen del destino turístico Curitiba para los visitantes y visitados?

La seguridad pública es un aspecto que debe ser pensado y elaborado en el planeamiento urbano de manera tal que se transforme en una política, ya que este es un problema de los grandes centros, que debe ser minimizado para disminuir la insatisfacción de los residentes y turistas. Hay que considerar que está directamente relacionado con la calidad de las experiencias turísticas y a veces es el principal elemento que produce la sensación de falta de seguridad y la consecuente fuga de los usuarios de áreas con potencial e interés para ser visitadas (Boullón, 2002; Rodrigues, 2001; Yázigi, 2001; Soares Junior, 2013).

Es válido resaltar que la seguridad influye en la calidad y formación de la imagen de una ciudad y un destino turístico, ya que la experiencia turística de calidad está directamente ligada a las emociones y sensaciones que los turistas sienten al vivenciar la ciudad (Amorim *et al.*, 2012; Gândara, 2001).

Ante lo expuesto el objetivo de este artículo es analizar la influencia de la seguridad en la satisfacción y en la formación de la imagen del destino turístico Curitiba para los visitantes y visitados. La imagen de Curitiba está directamente relacionada a su planeamiento urbano, destacándose el aspecto de ciudad organizada con alta calidad de vida (Gândara, 2001). Los elementos urbanos como transporte colectivo, parques urbanos e iniciativas que buscan mejorar la calidad de vida de la población son el resultado de años de ordenamiento y uso de instrumentos de planificación como los planes directores. Dichas acciones proporcionaron espacios que son utilizados por el turismo, actividad que en 2012 propició la visita de 3.714.184 de turistas (Instituto Municipal de Turismo de Curitiba, 2012; Pedron, 2013; Souza, 2013).

La investigación se caracterizó por ser de naturaleza descriptiva y exploratoria, de carácter cualitativo. Este estudio se llevó a cabo en dos momentos distintos. En principio se realizó una investigación de gabinete cuya técnica de recolección de datos fue la investigación bibliográfica en

libros, revistas científicas, anales de eventos, etc. Las temáticas abordadas fueron Turismo, Planeamiento Urbano, Seguridad Pública, Satisfacción e Imagen. Los temas fueron buscados en las bases de datos Scopus, Science Direct, Dialnet, Redalyc, Scielo, Publicaciones de Turismo y en el Portal de Revistas de la Capes. Dicho relevamiento se realizó con la intención de dar un marco teórico al trabajo.

Junto con la investigación bibliográfica se llevó a cabo un relevamiento documental en base a los Planes Directores de Curitiba, los estudios de demanda turística de Curitiba entre 2001 y 2013, la tesis de doctorado de Gândara (2001) y las investigaciones realizadas con los turistas de la Copa del Mundo de la FIFA 2014 (Gândara, 2014). Dicho relevamiento resultó necesario para profundizar en el objeto de estudio a fin de observar e identificar las transformaciones ocurridas en la seguridad pública de Curitiba que determinaron la satisfacción de los visitantes y la formación de la imagen de la ciudad.

Para el análisis se creó una tabla en base a los estudios bibliográficos, documentales y de demanda, reuniendo las variables que permiten evaluar la seguridad pública, relacionándola con la evaluación de la calidad, la satisfacción del destino y las imágenes de la ciudad más mencionadas por los entrevistados (Tabla 1).

Tabla 1: Modelo de la tabla de evaluación de la seguridad pública

		AÑO
Infraestructura	Seguridad Pública*	**
Infraestructura	Limpieza Pública*	**
Infraestructura	Vías Urbanas*	**
Infraestructura	Señalización Urbana*	**
Calificación de la ciudad	Áreas Verdes*	**
Calificación de la ciudad	Conservación de los Edificios*	**
Evaluación	Seguridad Pública en General*	***
Evaluación	Destino Turístico en General*	****
Imagen de la Ciudad	Ecológica	**
Imagen de la Ciudad	Calidad de Vida	**

\*Bueno: es considerada la suma de los porcentajes de bueno y óptimo encontrados en los estudios de demanda;

\*\*valores en porcentaje de bueno y óptimo atribuidos por los entrevistados a las variables;

\*\*\*media aritmética de los valores atribuidos a las variables presentadas en la tabla;

\*\*\*\*valor de la evaluación del destino turístico.

Fuente: Fernandes (2015)

Las tablas del análisis fueron separadas en 3 bloques: la tesis de Gândara (2001), los estudios de demanda de 2001 a 2012, y la investigación de la Copa 2014 (Gândara, 2014). Las tablas son idénticas y sólo se diferencian de la Copa 2014 en que se agregaron las imágenes de ciudad planeada/organizada y ciudad de los parques.

En cuanto a las imágenes trabajadas en el estudio se eligieron las más identificadas por los entrevistados y las que coinciden con las influencias y las propuestas inducidas por los planes directores en la ciudad de Curitiba.

El análisis y la validación de los resultados se dieron según Laville & Dionne (1999) por emparejamiento con el debate conceptual realizado anteriormente en el marco teórico y en otros trabajos científicos como tesis y dissertaciones, y los datos encontrados en los planes directores y en los estudios de demanda. El uso del emparejamiento se justifica porque el investigador buscó, a partir de un abordaje teórico, comprender el fenómeno estudiado. Es fundamental la asociación entre la teoría y la realidad, garantizándose la calidad del estudio desarrollado (Laville & Dionne, 1999).

## **LA SEGURIDAD PÚBLICA COMO FACTOR DETERMINANTE PARA EL USO, LA SATISFACCIÓN Y LA IMAGEN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS URBANOS**

La seguridad pública necesita ser atendida por la gestión pública, pues es uno de los elementos fundamentales para caracterizar la imagen de una localidad como área próspera y con alta calidad de vida. La sensación de inseguridad aleja a las personas de los espacios públicos y de determinadas calles de la ciudad (Soares Junior, 2013; Amorim *et al.*, 2012).

La sensación de inseguridad consiste en una percepción de riesgo que los turistas suelen identificar en las áreas que presentan edificios mal conservados, baja calidad ambiental y falta de equipamiento urbano que transmita hospitalidad como la señalización turística, cuya finalidad va más allá de la de proporcionar orientación, ubicación e información. Es una herramienta de hospitalidad que brinda al turista una experiencia más acogedora, cómoda y segura durante la visita, ya que el visitante siempre debe saber dónde se encuentra y si los monumentos y edificios próximos le interesan o no (Ejarque, 2005; Amorim *et al.*, 2012).

La seguridad no se restringe simplemente a la criminalidad, pero la sensación de riesgo causada por la ausencia de infraestructura, lugares poco utilizados y mal iluminados, calles deterioradas, paisajes degradados, etc., provocan en el visitante y residente la necesidad de resguardarse y no utilizar los espacios urbanos, sean calles, plazas o parques. Esos lugares aumentan la sensación de vacío y la falta de seguridad. Entonces, se puede decir que cuando las personas indican que una ciudad es peligrosa se están refiriendo a que no están seguras en los espacios públicos de la ciudad (Jacobs, 2011; Soares Junior, 2007; Afonso *et al.*, 2011).

Lo que se presenta es el hecho de que para tener mayor sensación de seguridad en las ciudades es preciso que sus espacios públicos sean más utilizados y apropiados, ofreciendo a los usuarios "ojos" que controlen y cuiden el lugar y a las personas que lo frecuentan de forma espontánea. Así, El tema de la seguridad no pode ser solucionado con la dispersión de las personas o el aumento de espacios privados y áreas cercadas, porque la segregación espacial es consecuencia (u origen) de conflictos sociales que provocan mayor sensación de riesgo (Harvey, 2013; Jacobs, 2011).

La ciudad será más interesante para el turista o residente cuanto mayor sea la capacidad de las calles y espacios públicos para satisfacer e impresionar a sus usuarios con su uso, estética y calidad

ambiental. Por lo tanto, los usuarios de estos espacios al decir que la ciudad no es segura están diciendo que se sienten vulnerables ante los riesgos en las calles y los espacios públicos (Jacobs, 2011; Yazigi, 2009).

De este modo, es preciso que se resuelva el tema de seguridad no sólo aumentando la policía, ni promoviendo acciones de dispersión de los individuos o grupos de un determinado espacio de la ciudad. Esto podría disminuir el uso de esos espacios creando más inseguridad en las calles (Jacobs, 2011). Es preciso que las calles tengan infraestructura adecuada, delimitar los espacios públicos y privados y darle a esas calles usos diversos para mantener un movimiento constante que brinde seguridad y hospitalidad a sus usuarios (Soares Junior, 2013).

El riesgo a veces se debe a la circulación de desconocidos por una región, lo que ocasiona que determinadas ciudades inviertan en sistemas de seguridad en espacios internos y áreas de recreación, creando espacios de segregación y exclusión (Amorim *et al.*, 2012).

El espacio público como las calles, veredas, parques y plazas, debe brindar seguridad y acogimiento a los visitantes y residentes, ya que esos son los espacios por los cuales transitarán. La forma más eficiente de lograrlo es la existencia de una constante vigilancia espontánea de toda la población en estos espacios (Jacobs, 2011; Soares Junior, 2007). Dicha vigilancia será posible si los ojos de los habitantes estuvieran de forma instintiva e inconsciente patrullando las calles y espacios públicos de su ciudad. Para eso es preciso que los espacios abiertos sean interesantes para ser mirados y vividos por todos sus usuarios (Amorim *et al.*, 2012; Jacobs, 2011).

Es necesario que ellos tengan motivos para utilizar las veredas, calles, plazas y parques de la ciudad. Las actividades recreativas, deportivas y culturales ofrecen un uso diversificado de los espacios por medio de la implementación de actividades económicas variadas como tiendas, bares, restaurantes, etc., que favorecen la circulación de gente en diversos horarios del día y de la noche. Los comercios deben incentivar la circulación de personas ya que su presencia atrae a otras personas. Apreciar la circulación de individuos es uno de los grandes placeres de las ciudades (Jacobs, 2011; Soares Junior, 2013).

La delimitación real entre el espacio público y privado, y los ojos atentos de los pobladores en una vigilancia inconsciente, son dos elementos importantes para la seguridad. A esto se agrega la infraestructura que brinda hospitalidad a los usuarios de las calles por medio de equipamiento urbano (iluminación, basureros, señalización, bancos, forestación, etc.). La conservación de los edificios, las peatonales, las vías de circulación de vehículos y los aspectos ambientales de la ciudad proporcionan a los usuarios sensación de seguridad al circular por la urbe (Souza, 2013).

Las calles y los espacios públicos se tornan más seguros, o aparentan tener menos riesgo, cuando son compartidos, apropiados y utilizados de forma ininterrumpida por los individuos. Para esto

es preciso que los espacios posean una infraestructura que favorezca su uso y la sensación de seguridad, con ojos siempre atentos al movimiento en estos espacios. Por lo tanto, la sensación de inseguridad no es generada por la presencia de extraños sino por la falta en estos espacios de una estructura de calidad para recibir a los individuos que transitan por allí. La existencia de dicha estructura podría resultar un triunfo para la diversidad de la ciudad (Rechia *et al.*, 2012; Lefebvre, 1999; Tschoke *et al.*, 2011; Jacobs, 2011).

Por lo tanto es posible trabajar la seguridad ofreciendo programas y proyectos de revitalización de edificios, implementación de mejoras en espacios públicos incentivando su uso recreativo, deportivo y cultural, capacitación profesional ofreciendo la oportunidad de emprender el negocio propio, implementación de equipamientos y servicios que mejoren las condiciones de vida de la población y la hospitalidad de la ciudad. Las medidas para minimizar la inseguridad deben ser acciones concretas que le den a la ciudad una imagen de alta calidad de vida por medio del desarrollo social (Amorim *et al.*, 2012; Korstanje, 2012b).

La implementación de áreas verdes, la conservación de edificios y el saneamiento básico eficiente proporcionan a la ciudad índices de salubridad y limpieza urbana que son reconocidos como elementos que valorizan y califican los ambientes urbanos, ofreciendo a los turistas y residentes espacios de circulación e interacción social de calidad. Son elementos que califican la vida en la ciudad (Betat, 2009; Kaick, 2007).

Una ciudad que proporciona calidad ambiental y de vida a sus habitantes tendrá la posibilidad de ofrecer a los visitantes características que calificarán la visita, en un ambiente urbano con peculiaridades, donde el turista experimentará elementos urbanos calificados en un medio ambiente que posibilite la integración de elementos naturales y urbanos en armonía, viabilizando los espacios públicos con características únicas para el ocio, la recreación, el aprendizaje y la convivencia social. De esta forma, se puede afirmar que la calidad ambiental urbana resulta un diferencial que posibilita la valoración de las experiencias urbanas de visitas y la satisfacción en el destino visitado (Cooper, 1994; Gândara, 2004).

La calidad en la prestación de servicios es un concepto discutido por diversos autores (Zeithaml, 1988; Parasuraman *et al.*, 1988; Grönroos, 1988; Oh, 1999) que la definen básicamente como la amplitud de diferencia existente entre la expectativa o el deseo del consumidor, es decir lo que él espera del servicio, en relación a su percepción del servicio prestado. Por lo tanto, la calidad del servicio consiste en la colisión entre la expectativa del cliente en cuanto al servicio que adquirió y el desempeño, que él evalúa conforme su percepción del servicio prestado. Entre las dimensiones de la calidad la confiabilidad es una de las más relevantes, pues resulta la capacidad de desempeñar el servicio conforme lo prometido, atendiendo y en algunos casos superando las expectativas de los consumidores. Dicha dimensión es importante, pues la calidad divulgada debe ser la misma que el

consumidor percibe y confirma al recibir el servicio, quedando satisfecho (Parasuraman *et al.*, 1988; Zeithaml *et al.*, 2003; Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2003).

La satisfacción del turista está entre los principales objetivos de los destinos turísticos que desean tener éxito, ya que los turistas deciden viajar a un destino con el fin de satisfacer necesidades, expectativas y deseos (Santos, 2013). Dicha satisfacción se basa en el desempeño de los servicios y atractivos percibidos durante la visita, comparados con la expectativa del visitante. Se produce una comparación mental de la calidad del destino percibida y de lo esperado por el turista, mientras que la calidad percibida es causa y consecuencia de la satisfacción (Rajesh, 2013; Gonzalez *et al.*, 2006; Oliver, 1981; Rodriguez *et al.*, 2013).

La expectativa es el factor determinante de la satisfacción, siendo influenciada por experiencias anteriores a la compra, información, promesas y recomendaciones, que a partir del uso del servicio ofrecido y de la vivencia del destino turístico podrán ser atendidas o no. La calidad será el conjunto de características que proporcionará la satisfacción de las expectativas y necesidades del consumidor. Así, se puede afirmar que la calidad busca atender las necesidades de los turistas que teniendo sus expectativas atendidas, aumentarán el grado de satisfacción respecto del servicio o destino turístico visitado (Oliver, 1981).

La satisfacción debe ser comprendida como un resultado cognitivo/afectivo pues algunos autores (Oliver, 1997; Day, 1984; Kotler *et al.*, 1997; Kim *et al.*, 2009) la presentan con un abordaje generalista-experiencial, y la definen como una actitud formada por medio de la comparación mental entre la calidad esperada y la calidad percibida después y durante el consumo del servicio. La satisfacción refleja el nivel de agrado con la experiencia al utilizar el servicio, un estado psicológico o emocional resultante de un proceso evaluativo.

Existe una relación recíproca entre calidad y satisfacción. Para Parasuraman *et al.* (1988) la satisfacción antecede a la calidad, ya que la primera consiste en una evaluación individual de una experiencia particular y la calidad refiere a una evaluación global del servicio. Oliver (1997) entiende la reciprocidad entre calidad y satisfacción de manera inversa, porque cree que la calidad que es percibida precede a la satisfacción del consumidor. Por lo tanto, es oportuno destacar que la satisfacción es el resultado de transacciones específicas e individuales de la evaluación global del servicio, mientras que la calidad del servicio resulta de una evaluación general de la superioridad o inferioridad de las expectativas en relación al servicio ofrecido (Bitner & Hubert, 1994).

La percepción de los usuarios del destino turístico es un factor determinante de la calidad, ya que no basta con tener calidad sino que debe ser percibida por los usuarios del espacio de la ciudad, siendo un factor decisivo en la comprensión positiva de la experiencia, que podrá generar satisfacción en los usuarios (Agipto *et al.*, 2014; Bigné, 2001). La satisfacción en el destino turístico urbano está directamente relacionada con la calidad de la ciudad y su capacidad para generar el bienestar del

turista y de la población residente. La satisfacción es un retorno positivo derivado de la percepción de los usuarios de la urbe como un ambiente equilibrado social y ambientalmente, con un desarrollo económico equitativo y una mejor calidad de vida (Horodyski, 2014; Gândara, 2004; Santos, 2013; Ashworth & Page, 2011).

La percepción de una ciudad no se da de forma inmediata sino por la suma de sensaciones y emociones experimentadas y vivenciadas en ambientes diversos de la ciudad de forma seriada. La imagen es el resultado de la percepción de un observador del medio ambiente urbano, una serie de experiencias e imágenes individuales y únicas que al ser evaluadas se superponen unas sobre otras formando la imagen de la ciudad. Es preciso un esfuerzo para que los agentes que actúan individualmente tengan calidad y al ser evaluados en conjunto puedan resultar satisfactorios ante la percepción del turista. La imagen del destino es un reflejo de la satisfacción de la vivencia, un conjunto de impresiones y sentimientos del residente y el visitante en relación a los elementos tangibles e intangibles de una ciudad (Lynch, 2011; Fraiz Brea & Cardoso, 2011; Campubrí *et al.*, 2009; Carballo *et al.*, 2011).

La imagen que el turista tiene al llegar a la ciudad y permanecer en ella será grabada y condicionará su opinión final. Este turista estará evaluando elementos como limpieza, tráfico, seguridad, información, servicios de transporte público, atractivos y servicios turísticos. Las actividades que animarán la ciudad (entretenimiento, cultura, deporte y recreación) deben existir para dar más vida a la urbe y ser utilizadas como atractivos complementarios de la visita (Ejarque, 2005).

Para Crompton (1997) la imagen del destino turístico es la suma de todas las impresiones, experiencias, emociones y recuerdos que el individuo establece con el destino turístico, siendo la proyección mental que él forma en relación a un referente físico. Así, la imagen proyectada del destino turístico posee un rol relevante en la generación de la experiencia y en el origen de las expectativas anteriores al viaje. Al momento de la visita esta imagen es medida por el turista, quien la evalúa y percibe la veracidad entre la imagen proyectada y la imagen producida por el resultado de sus vivencias y experiencias en la visita, conformada por sensaciones, percepciones y conocimientos adquiridos durante el viaje. Por lo tanto, la imagen de un destino turístico resulta de la suma de recuerdos y experiencias de la visita, por medio de una proyección mental individual (Horodyski, 2014; Mondo, 2014).

Para Fraiz Brea & Cardozo (2011) la imagen del destino turístico es una representación mental afectiva y cognitiva que resulta de la suma de creencias, ideas, impresiones y experiencias que un turista registra y conserva en la memoria del destino visitado y de los atributos existentes en el mismo, evaluados por él. La unión de estas dos evaluaciones forma la imagen global del destino, la cual se refiere a las evaluaciones de los atributos y los sentimientos que éstos originan, resultando en la evaluación positiva o negativa de la imagen de la ciudad visitada.

Gunn (1972) afirma que antes del viaje se forman dos imágenes: la imagen original, compuesta por la información turística sobre el destino; y la imagen inducida, compuesta por la información recibida mediante la promoción turística. Luego de la experiencia turística de consumo del destino, el turista se forma una nueva imagen del mismo, lo mismo que los residentes quienes permanentemente modifican su percepción sobre la ciudad que habitan en función de sus experiencias en la misma. En este sentido, en la medida en que el destino turístico madura, las expectativas cambian generando una nueva imagen de la ciudad (Amorin *et al.*, 2012; Fraiz Brea & Cardoso, 2011).

La imagen que se forma es la suma del producto global, el destino turístico ofrecido al turista más un conjunto de acciones de comunicación y la percepción del turista. Éste, al vivenciar la experiencia de visitar el destino, procurará validar la imagen formada antes del viaje. Por lo tanto, la imagen proyectada y la imagen formada después de la visita deben aproximarse al máximo una a la otra para reflejar la calidad de los productos y la satisfacción del turista frente al destino turístico (Kotler *et al.*, 1997).

De esta forma es posible afirmar que la imagen de un destino turístico no se conforma sólo con las acciones de comunicación y publicidad, sino que resulta de la suma de éstas y las experiencias que el turista tendrá en la ciudad. La calidad existente en el destino será constantemente evaluada e influirá directamente en la satisfacción y en la confirmación de la imagen previa formada por el turista. Éste, al comparar sus expectativas con la realidad de la ciudad visitada buscará confirmar la imagen anterior (formada antes de la visita) y cuanto más cercana sea la realidad encontrada y la imagen previa, mayor será la satisfacción y más positivo será el concepto de la imagen de la ciudad visitada (Cooper *et al.*, 1997).

Como expresan Gândara (2001) y Palou Rubio (1996) sólo existirá una imagen de calidad cuando exista calidad en el ambiente y ésta sea percibida por el usuario. Así, se puede comprender que la imagen de la ciudad es un proceso en el cual existe una interacción entre el ambiente y el usuario inducida por medio de la información recibida. La mayoría de las veces este proceso dirigirá la mirada y la percepción del usuario al experimentar el destino, reevaluando y formulando una nueva imagen del mismo.

Cabe a la administración pública proporcionar mejores condiciones de vivienda, en ambientes propicios con mejor calidad de vida, servicios públicos, protección de los recursos naturales y crecimiento, para mantener lo que fue definido como bueno para la ciudad. Por lo tanto, las calles y los espacios públicos deben estar preparados para que circulen todos en verdaderos espacios de inclusión, donde la diversidad de usos, la calidad ambiental y de la conservación, y la infraestructura permitan el encuentro de diversos individuos. La diversidad de usos y grupos de personas debe ser un elemento de diversión e interés, que influya positivamente en la seguridad, la imagen, la calidad y la civильdad de la ciudad.

## LA SEGURIDAD PÚBLICA EN CURITIBA Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN Y LA FORMACIÓN DE LA IMAGEN DE LA CIUDAD DE LOS VISITANTES Y VISITADOS

Curitiba se viene destacando en el escenario turístico debido al aspecto de ciudad planeada y organizada, teniendo como principales atractivos las áreas revitalizadas, equipadas con un sistema de transporte que posee un buen flujo de circulación. La imagen de buena calidad de vida despierta el interés por visitar y disfrutar estos elementos urbanos que unen cultura, medio ambiente, calidad ambiental y calidad de vida. Se asocian las opciones de visita a un transporte público que se destaca y llama la atención por sus buses, vías y paradas innovadoras y diferenciadas (Instituto Municipal de Turismo, 2012; Pedron, 2012; Soares Junior, 2007).

Los turistas que visitaron Curitiba en 2012 la calificaron como ciudad ecológica con alta calidad de vida y destacaron las áreas verdes, el transporte colectivo y la calidad de vida de la población. Estas impresiones están directamente ligadas a la planificación presentando buenos índices en las características de la vida urbana cotidiana (Instituto Municipal de Turismo, 2012; Souza, 2013). El Plan Director de 1966 consideró el tema de forma indirecta enfocado en el mantenimiento de la limpieza de los espacios públicos, la preservación y conservación del ambiente urbano, su uso para fines recreativos y de aprendizaje, y la intención de humanizar y personalizar dichos espacios. En el Plan de 2004 se presentó un debate mayor respecto de la seguridad pública defendiendo la necesidad de usos mixtos en diversas zonas de la ciudad para prevenir la criminalidad (Jacobs, 2011).

La seguridad y el tránsito representan el principal cuello de botella del bienestar en el espacio urbano, influyendo en el modo de vida, la calidad ambiental y la práctica del turismo. Una ciudad cuyas calles no transmiten seguridad se convierte en una ciudad sin vida, donde las personas se aíslan o conviven en lugares cerrados, cercados por infraestructuras y equipamientos de seguridad, lo que deja las calles aún más inseguras por falta de uso (Jacobs, 2011).

La solución para la seguridad pública no consiste sólo en aumentar los efectivos policiales en las calles, la sensación de seguridad es fruto de factores tales como las calles “vivas”, con movimiento y circulación de personas; la buena infraestructura que oriente y direccione; las áreas verdes y los espacios públicos que estimulen el pluralismo de personas, ideas, actividades económicas, paisajes y usos; los ambientes como espacios públicos y áreas verdes limpias y bien iluminadas que den seguridad y confort al transeúnte; y los edificios, espacios abiertos y áreas bien conservadas y con estructura para fomentar su uso y la contemplación (Soares Junior, 2013; Jacobs, 2011; Amorim *et al.*, 2012). Como se observa en la Tabla 2, la seguridad pública obtuvo una buena evaluación por parte de los visitantes de Curitiba.

En el turismo la sensación de inseguridad es normalmente mayor en los visitantes que en los residentes, porque ellos acceden a espacios no habituales. La falta de conocimiento debe ser

suplantada con estructuras y acciones que les transmitan seguridad y confort como buena señalización urbana y buenas condiciones de las calles, posibilitando saber dónde se encuentran y hacia dónde se están desplazando; así como espacios urbanos conservados, bien estructurados, iluminados y limpios para poder contemplarlos y disfrutarlos. El movimiento de las personas en las calles y espacios abiertos brinda confort y seguridad, mientras que la policía y los equipamientos de seguridad transmiten sensaciones de control y tranquilidad al visitante. La seguridad puede ser un factor determinante para elegir un destino o atractivo turístico específico dentro de la ciudad (Korstanje, 2012a; Amorim et al., 2012).

Tabla 2: Evaluación de la seguridad en Curitiba según los visitantes en 2001

		2001
Infraestructura	Seguridad Pública*	65,6
Infraestructura	Limpieza Pública*	87,5
Infraestructura	Vías Urbanas*	
Infraestructura	Señalización Urbana*	73,7
Calificación de la ciudad	Áreas Verdes*	91,9
Calificación de la ciudad	Conservación de los Edificios*	76,2
Evaluación	Seguridad Pública en General*	79
evaluación	Destino Turístico en General*	71,1
Imagen de la Ciudad	Ecológica	16,7
Imagen de la Ciudad	Calidad de Vida	36

\*Bueno: es considerada la suma de los porcentajes de bueno y óptimo encontrados en los estudios de demanda.

Fuente: Fernandes (2015, adaptado de Gândara, 2001)

Como se observa en la Tabla 2 los visitantes estaban satisfechos con la seguridad pública de Curitiba en 2001. Ellos reconocieron cualidades que permitían atender las expectativas de modo que el espacio de la ciudad transmitía seguridad favoreciendo su uso para el turismo debido a la calidad ambiental encontrada (Rechia, 2005; Gândara, 2001).

La Tabla 3 presenta la evaluación de la seguridad en Curitiba por parte de los residentes y visitantes entre los años 2001 y 2012. Se puede verificar que existe una reducción en la satisfacción de los residentes en la evaluación general de la seguridad pública, si bien existe un aumento positivo en la evaluación de la infraestructura de la seguridad pública.

Son diversos los elementos del estudio de la demanda que sumados reflejan la evaluación de la seguridad pública en la ciudad de Curitiba. A través del tiempo sufrieron una pequeña reducción en los conceptos “bueno” y “óptimo”. Para los residentes la caída fue del 1% y para los visitantes de poco más del 8%. Los residentes son más criteriosos al evaluar la seguridad, ya que conviven diariamente con los problemas, mientras que el contacto de los turistas con la ciudad se da de forma temporal y localizada, con menos consecuencias por las fallas de la seguridad en el destino visitado.

Tabla 3: Evaluación de la seguridad en Curitiba según los residentes y visitantes entre 2001 y 2012

RESIDENTES								
		2001	2003	2005	2007	2009	2010	2012
Infraestructura	Seguridad Pública*		18,1	23,4	20	34,8	36,2	27,8
Infraestructura	Limpieza Pública*		79,9	78,6	76	78,8	75,1	70,4
Infraestructura	Vías Urbanas*			60,9	58,7	67,6	60	63,9
Infraestructura	Señalización Urbana*		70,1	70,6	74,4	80,3	74,8	80
Calificación de la ciudad	Áreas Verdes*		86,3	87,2	83,3	90,2	89,4	84,2
Calificación de la ciudad	Conservación de los Edificios*		56,5	56,7	54,3	63,6	63,5	61,2
Evaluación	Seguridad Pública en General*		62,2	62,9	61,1	69,2	66,5	64,6
Evaluación	Destino Turístico en General*							
Imagen de la Ciudad	Ecológica		29,3	27,4	25,6	24,2	11	12,7
Imagen de la Ciudad	Calidad de Vida		34,1	36,5	36,3	41	37,2	37
VISITANTES								
		2001	2003	2005	2007	2009	2010	2012
Infraestructura	Seguridad Pública*	63,5	60,3	57,3	63,6	67,3	67,8	50,9
Infraestructura	Limpieza Pública*	87,5	88	85	67,6	85,6	86,7	78
Infraestructura	Vías Urbanas*			78,7	68,2	83,1	76,4	81,8
Infraestructura	Señalización Urbana*	81,5	79,1	80,6	68,2	85,5	82	83,4
Calificación de la ciudad	Áreas Verdes*	89,8	90,6	85	83,7	91,6	92,8	86,1
Calificación de la ciudad	Conservación de los Edificios*	71,5	76,1	78,1	69,3	81,2	76,5	73,8
Evaluación	Seguridad Pública en General*	78,8	78,8	77,5	70,1	82,4	80,4	75,7
Evaluación	Destino Turístico en General*	87,2	87	86,9	75,2	89,8	87,9	72,7
Imagen de la Ciudad	Ecológica	26,8	23,3	21,4	21,1	16,2	18,5	9,05
Imagen de la Ciudad	Calidad de Vida	40,5	36,3	32,8	34,3	38,8	35,4	33,6

\*Bueno: es considerada la suma de los porcentajes de bueno y óptimo encontrados en los estudios de demanda.

Fuente: Fernandes (2015, adaptado de Paraná, 2001; 2003; 2005; 2007; y de CURITIBA, 2009; 2010; 2012)

Considerando la Tabla 3 se hace hincapié en que la infraestructura de seguridad en la ciudad mejoró la percepción y evaluación de los entrevistados (principalmente residentes) a lo largo del período estudiado. Mientras que la evaluación de la limpieza pública, las vías urbanas, la señalización urbana, la calidad de las áreas verdes y la calidad de la conservación de los edificios aumentaron las evaluaciones de “bueno” y “óptimo”, sobre todo en la visión de los visitantes. Esto mejoró la evaluación de la seguridad pública en la capital paranaense y consecuentemente en la evaluación del destino turístico.

Se constata que el leve aumento en la satisfacción de los visitantes y residentes es prácticamente el mismo (2%) aunque en menor valor para los residentes, y que existe una inversión en la percepción de la infraestructura de seguridad pública y en la señalización urbana entre los residentes y los turistas. Esto refleja la forma y el tiempo que estos grupos usufructúan y viven la ciudad.

En la percepción de los visitantes la seguridad pública mejoró porque la referencia de comparación que poseen es la de sus ciudades de origen o de otras ciudades que visitaron. Al recorrer Curitiba la evaluaron mejor que los residentes, pues éstos conviven diariamente con la falta de seguridad y perciben la necesidad de mejoras urgentes en la infraestructura urbana.

La evaluación de los residentes en cuanto a la señalización es mejor que la de los visitantes, lo que puede ser justificado por la familiaridad y el conocimiento de los residentes en relación con la ciudad, no habiendo necesidad de mayores ajustes en la señalización, lo cual se opone a la realidad del visitante que necesita más instrucciones y orientación al desplazarse por Curitiba.

Al comparar las investigaciones realizadas entre 2001 y 2007, y los datos de los estudios de la demanda realizados entre 2009 y 2012 (Tabla 3) se verifica una mejora en la satisfacción de los residentes y visitantes al evaluar la seguridad en Curitiba. Si bien entre 2009 y 2012 se presenta una progresión decreciente en los elementos de seguridad, existe una mejora en la evaluación de la mayoría de los requisitos estudiados, a excepción de la evaluación de los visitantes en cuanto a la infraestructura de la seguridad pública en 2012. Estos datos demuestran que Curitiba transmitió en estos años una mayor seguridad a sus usuarios que en los años anteriores de las investigaciones realizadas.

Es posible deducir que dichas mejoras son reflejo de las acciones del planeamiento urbano de la ciudad, que intentaba brindar al ambiente urbano de la capital paranaense una mayor calidad en las áreas verdes, las vías urbanas, la conservación de los edificios, la señalización y la infraestructura de seguridad, siendo la primera vez que este tema fue abordado directamente por un plan director de Curitiba (Curitiba, 2004).

Al analizar los datos de la Tabla 3 se observa una similitud en ambas evaluaciones, demostrando que la percepción de los residentes y los visitantes es prácticamente la misma, salvo por el hecho de que los residentes estaban más insatisfechos con las condiciones de la seguridad pública en la ciudad. La seguridad pública ha contribuido con la satisfacción de los usuarios en la ciudad, así como ha influido en la formación de la imagen de Curitiba como ciudad con alta calidad de vida. Los individuos reconocen menores riesgos en la ciudad e identifican esto como un elemento que ayuda en la buena evaluación de la calidad de vida.

En la percepción de los turistas no sólo la imagen de calidad de vida se beneficia con la sensación de mayor seguridad, sino también la evaluación del destino turístico. Pues un espacio que transmite menos riesgos a los usuarios invita a que las personas se encuentren en las calles y en los espacios públicos, dotándolos de vida y diversidad, enriqueciendo la experiencia turística y el intercambio social y cultural entre turistas y residentes (Amorim *et al.*, 2012; Rechia *et al.*, 2012).

Las acciones de seguridad pública deben contemplar la mejora de la calidad de las áreas verdes posibilitando y estimulando su uso como se propuso en el Plan de 2004, atendiendo las expectativas de los usuarios por medio de un ambiente urbano de calidad que transmita seguridad y aumente la satisfacción de los usuarios. Como las áreas verdes por sí mismas no tienen la capacidad de caracterizar los lugares donde están instaladas, se necesitan programas y proyectos que viabilicen la mejora de sus estructuras e incentiven el uso para actividades de ocio, descanso, cultura y aprendizaje (Jacobs, 2011; Rechia *et al.*, 2012). Se debe promover la mejora de la conservación de los edificios (propuesto en el Plan de 2014) incentivando la preservación de los bienes y el estímulo de nuevos usos de este patrimonio, que es responsable de la diversidad del paisaje urbano y los usos mixtos y diversificados de los espacios de la ciudad. Los espacios bien conservados permiten instalar emprendimientos ampliando la oferta de servicios y productos, valorizando y revitalizando áreas enteras, dotándolas de vida, y transmitiendo seguridad a los transeúntes (Jacobs, 2011).

La inseguridad es una emoción negativa que perjudica la experiencia del turista en la ciudad, sea por no permitir que disfrute de todos los lugares que querría o por la sensación de preocupación que le genera un estrés constante. Por lo tanto, es necesario tomar medidas para minimizar la impresión de falta de seguridad en los usuarios de la ciudad (Amorim *et al.*, 2012; Soares Junior, 2013).

Las calles y los espacios públicos resultan más seguros a partir del momento que aparentan tener menos riesgo, cuando son compartidos, apropiados y utilizados de forma ininterrumpida por los individuos, con infraestructuras que favorecen el uso y la sensación de seguridad. Los ambientes con mayor calidad paisajística son determinantes en la mejora de este aspecto urbano estimulando las visitas y el uso (Rechia *et al.*, 2012; Lefebvre, 1999; Tschoke *et al.*, 2010).

Muchas de las acciones necesarias para aumentar el nivel de la evaluación “bueno” y “óptimo” de la seguridad en Curitiba ya han sido tratadas en los planes directores de forma directa e indirecta a través de las propuestas de medio ambiente, cultura, zonificación y desarrollo económico y social. Pero de acuerdo con los resultados de la investigación es necesario implementar estas propuestas para ampliar y modificar las condiciones, soluciones y el entendimiento de la política de seguridad, dirigiéndolas más allá de la instalación de infraestructura de seguridad pública y del aumento de efectivos policiales.

La Tabla 4 muestra la buena evaluación de la seguridad por parte de los visitantes durante la Copa del Mundo de la FIFA 2014 en Curitiba. Esto se debe a los elementos que contribuyen con la sensación de seguridad y a la infraestructura de seguridad pública propiamente dicha.

En el turismo la sensación de seguridad es un reflejo de la calidad ambiental y la infraestructura urbana y favorece la experiencia de vivenciar la ciudad. La adecuación del sistema vial unida a la limpieza, la conservación de los edificios y la calidad de las áreas verdes complementan la infraestructura de la seguridad pública. Esto permite que surjan áreas urbanas vivas repletas de

pluralidad y con múltiples usos, valorando la calidad de vida y propiciando ganancias económicas, sociales, culturales y ambientales. Éstas estimulan al visitante a circular por las calles, plazas, parques y edificios de la ciudad; y generan animación, valor de uso y seguridad en los espacios urbanos (Jacobs, 2011; Soares Junior, 2013).

Tabla 4: Evaluación de la seguridad en Curitiba según los visitantes durante la Copa del Mundo de la FIFA 2014

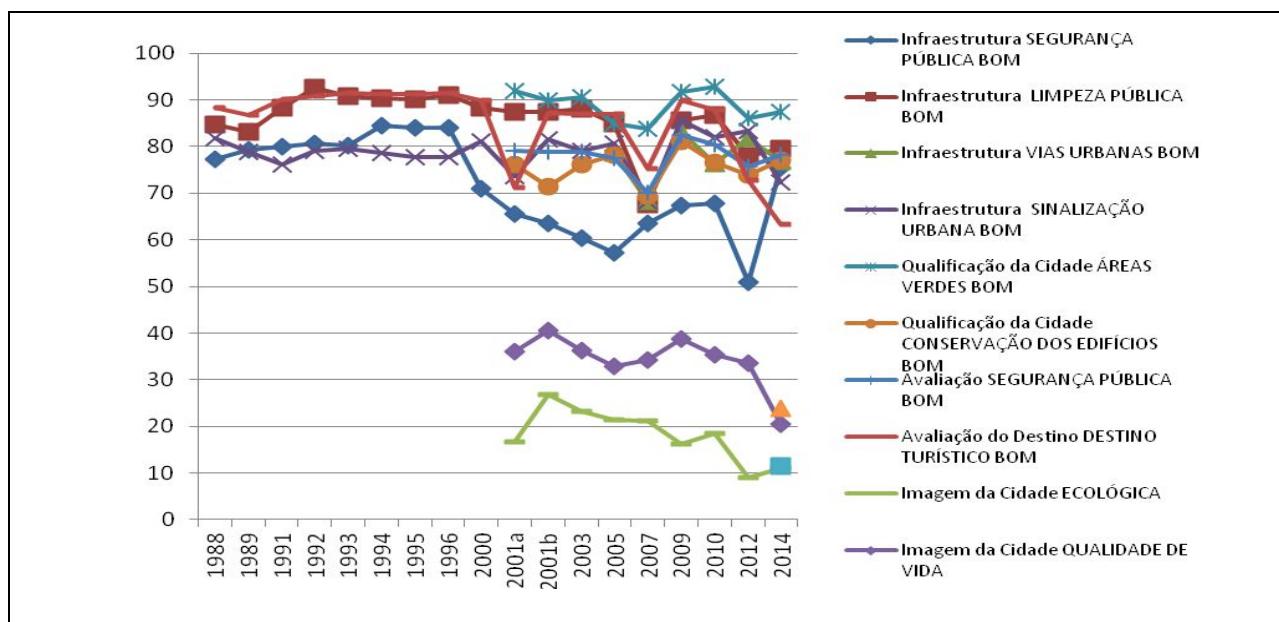
		2014
Infraestructura	Seguridad Pública*	75,5
Infraestructura	Limpieza Pública*	79,6
Infraestructura	Vías Urbanas*	76,9
Infraestructura	Señalización Urbana*	72,4
Calificación de la ciudad	Áreas Verdes*	87,5
Calificación de la ciudad	Conservación de los Edificios*	77
Evaluación	Seguridad Pública en General*	78,2
Evaluación	Destino Turístico en General*	63,4
Imagen de la Ciudad	Ecológica	11,1
Imagen de la Ciudad	Calidad de Vida	20,4
Imagen de la Ciudad	De los Parques	11,5
Imagen de la Ciudad	Planeada y Organizada	23,9

\*Bueno: es considerada la suma de los porcentajes de bueno y óptimo encontradas en los estudios de demanda.

Fuente: Fernandes (2015) adaptado de Gândara (2014)

Al observar los Gráficos 1 y 2 se nota que en la percepción de los turistas la evaluación de la seguridad pública, si bien tiene oscilaciones permanece constante si se comparan el primer y último año de la investigación, con una buena evaluación que indica la satisfacción de los turistas. Esto no significa que los visitantes no hayan percibido ciertos riesgos, pero las cualidades ambientales y de infraestructura en los lugares frecuentados les permitieron sentirse seguros durante las visitas aumentando la evaluación positiva del destino turístico (Amorim *et al.*, 2012).

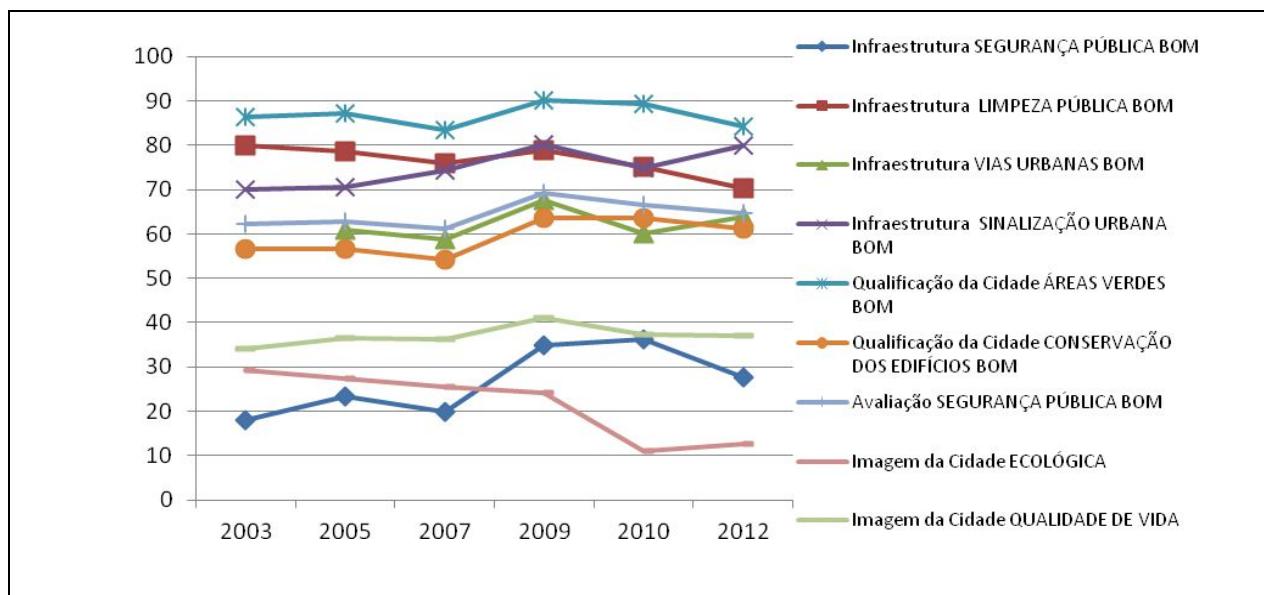
Gráfico 1: Evaluación de la seguridad pública por parte de los visitantes de Curitiba



Fuente: Fernandes (2015)

Pero no ocurre lo mismo con la evaluación de los residentes. Si bien los resultados entre el primer y último año de la investigación son muy próximos, menos del 70% de los entrevistados señaló a la seguridad como “buena” y “óptima”. Esto demuestra la insatisfacción de los residentes. La sensación de inseguridad en los pobladores afecta la vida en la ciudad y el uso de los espacios públicos, que van siendo abandonados debido al temor por los riesgos que perciben, perjudicando la imagen de la ciudad y el movimiento en las calles, plazas, parques, etc. (Jacobs, 2011).

Gráfico 2: Evaluación de la seguridad en Curitiba según los residentes entre 2003 y 2012



Fuente: Fernandes (2015)

En los Gráficos 1 y 2 se observa la reducción de la sensación de riesgos en la ciudad y esto no se logra simplemente con más efectivos policiales en las calles o con el aumento de la infraestructura y del aparato de seguridad. Si así fuera la satisfacción con la seguridad pública en Curitiba se vería perjudicada, ya que la curva de la infraestructura de seguridad en la ciudad para los turistas, al comparar los estudios de 1988 a 2010, obtuvo un resultado negativo con la reducción de la percepción de los turistas en relación a estos requisitos. Sin embargo la mejora de otros elementos urbanos como los descriptos anteriormente permite el uso de los espacios públicos y la reducción de la sensación de inseguridad, mediante ambientes limpios con calidad de infraestructura y paisaje, transmitiendo seguridad y brindando satisfacción al visitante. Éste se siente más seguro al transitar por la ciudad y por sus espacios de interés turístico, lo que incentiva la formación de una imagen positiva de la ciudad (Jacobs, 2011; Korstanje, 2012b).

Los Gráficos 1 y 2 corroboran esta observación porque es posible identificar cambios en la imagen de calidad de vida conforme cambia la satisfacción con la seguridad pública de residentes y turistas. Esto se debe a que una ciudad que transmite seguridad tiene sus calles vivas, con circulación de personas que la movilizan y proporcionan animación y oportunidades de intercambio

(Jacobs, 2011). Esto no se constata en la imagen de ciudad ecológica, que se viene reduciendo un poco cada año.

El cuidado de la ciudad y la intención de minimizar la sensación de inseguridad fueron bien evaluados por los turistas que estuvieron en la ciudad durante la Copa del Mundo 2014, y demuestran satisfacción con la seguridad, que refleja una imagen de ciudad planeada y con calidad de vida, reconociendo las intervenciones del poder público para reducir el riesgo. Valoran la seguridad de los parques urbanos y su importancia para la calidad de la ciudad y el reconocimiento de Curitiba como ciudad ecológica.

El cuidado ambiental forma parte de los criterios para estimular la sensación de seguridad en una ciudad. Se debe brindar calidad ambiental en los espacios para combatir la inseguridad y los riesgos. Aspectos tales como la conservación de los edificios y de las áreas verdes de la ciudad deben unirse a la infraestructura estimulando su uso y proporcionando a las calles y espacios públicos ambientes repletos de vida con usos diversos y variedad de individuos, atendiendo las expectativas de los usuarios de la ciudad.

El factor seguridad es indispensable para el uso de los espacios turísticos de la ciudad, estimulando y asegurando el confort y la minimización de los riesgos percibidos por los turistas, incentivándolos a vivenciar experiencias nuevas en un ambiente de calidad que satisface sus expectativas en relación al destino visitado (Gráfico 2) (Korstanje, 2012a).

Por lo tanto los destinos turísticos que pretendan mejorar la percepción de los visitantes en relación a la seguridad precisan espacios públicos más vivos, dotados de usos diversos de forma ininterrumpida. Dichos espacios deben poseer una infraestructura que favorezca el uso y la sensación de seguridad, minimizando la percepción de riesgos, atendiendo las expectativas de los individuos que transitan allí, convirtiéndolos en un emblema de la diversidad de la ciudad.

## **CONSIDERACIONES FINALES**

Las ciudades necesitan estructuras que proporcionen calidad y satisfacción a todos sus usuarios sean ciudadanos de la misma o visitantes. Es preciso que se atienda quizás no a la ciudad como un todo pero que se posibilite la transformación y la equidad en la distribución de los beneficios a la mayor cantidad de espacios posible. La valorización y la creación de oportunidades y experiencias que califiquen la vida en la ciudad sólo serán posibles por medio de intervenciones que permitan a los usuarios de la ciudad elegir cómo transformar el espacio en el que viven y cómo utilizar mejor la ciudad.

Las oportunidades de desarrollo ocurren en espacios de la urbe dotados de seguridad, infraestructuras y servicios urbanos de calidad que permitan generar coyunturas favorables para el

uso diversificado y continuo de esos espacios, los cuales pasan a ser valorados por medio de las mejoras estipuladas en el planeamiento urbano. Porque la simple existencia de atractivos en una ciudad no la convierte en un destino turístico urbano de calidad, el cual sólo será reconocido como tal a partir del incremento de sus atractivos destacando la calidad y los valores de las características locales y singulares de la urbe. Deberá demostrarse que el espacio urbano en cuestión es de interés para la visita. Asimismo, los atractivos deben coexistir con una infraestructura y servicios urbanos percibidos por los visitantes como responsables, eficientes, de calidad y ambientalmente integrados, que influyan directamente en sus vivencias y experiencias en el destino urbano. Por otra parte, la ciudad necesita equipamientos y servicios turísticos que posibiliten al visitante una estadía de calidad fuera de su residencia habitual (Gândara, 2004; Butler, 1994; Buhalis, 2000)

En Curitiba la preocupación por proporcionar al usuario espacios públicos seguros como parques, plazas, edificios, instituciones culturales, museos, etc., es una constante en los planes directores. Estos espacios pueden convertirse en itinerarios turísticos de la ciudad que puedan ser utilizados como instrumentos interactivos de educación, aprendizaje, descubrimiento y diversión. Los planes se preocupan por la calidad social de los mismos dotándolos de infraestructuras para que puedan ser utilizados para el ocio, la recreación y el deporte, haciéndolos más seguros.

Los planes muestran que las calles y espacios públicos de la ciudad deben estar preparados para la circulación de todos tornando cada espacio en un área de inclusión, donde la diversidad de usos, la calidad ambiental y de conservación y la infraestructura permitan el encuentro social. La diversidad de usos y de personas debe ser un elemento de diversión y recreación que influya positivamente en la seguridad, la imagen, la calidad y la civильdad de la ciudad.

La seguridad pública es uno de los servicios urbanos que obtuvo una reducción de la insatisfacción según los visitantes y pobladores de la ciudad, favoreciendo una mayor satisfacción en cuanto al bienestar y uso de la ciudad. Las investigaciones demuestran una mejora en cuanto a la satisfacción de los visitantes y pobladores en relación a la seguridad pública en Curitiba, con excepción de la evaluación de los visitantes en referencia a la infraestructura de la seguridad pública en el año 2012.

La sensación de mayor seguridad percibida por los usuarios de la ciudad puede ser un reflejo de las acciones y propuestas de los planes directores que proponen mejoras que le den al ambiente urbano de la capital paranaense una mayor calidad en las áreas verdes, las condiciones de las vías urbanas, la conservación de los edificios, la señalización y la infraestructura de seguridad (este tema es abordado directamente por el plan director de 2004 en Curitiba). Pero es importante destacar que el mantenimiento y la mejora del nivel de satisfacción con la seguridad a lo largo de los años estudiados, exige del poder público la constante elaboración de nuevas acciones, proyectos e intervenciones que reduzcan la insatisfacción en relación a la seguridad.

La sensación de inseguridad perjudica la experiencia del turista en la ciudad, limitando y restringiendo el uso de las calles y los espacios públicos por parte de los visitantes y pobladores, ya que origina una sensación de preocupación y estrés constante en los usuarios. Esto influye directamente en la satisfacción, pues estas restricciones limitan las experiencias del turista al vivenciar la ciudad. La percepción de seguridad afecta la imagen de calidad de vida de la ciudad de Curitiba.

*Este trabajo fue desarrollado en el grupo de investigación de la evaluación de Curitiba para la Copa del Mundo 2014, con financiamiento del CNPQ 383098/2014-9 en el proyecto Encomenda da Copa do Mundo 2014. De este modo los investigadores agradecen al CNPQ y al Ministerio de Deporte por permitir el desarrollo de este estudio.*

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Afonso, T. M.; Hardt, L. P. A. & Hardt, C.** (2011) "Paisagem iluminada: avaliação de cenários urbanos noturnos na região central de Curitiba, Paraná." Revista SODEBRAS 6(72): 3 – 8
- Agipito, D. L.; Mendes, J. C.; Valle, P. S. & Almeida, H.** (2014) "Contributo do marketing sensorial para o marketing da experiência turística rural". Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 12(3): 611 – 621
- Amorim, E.; Gândara, 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(2): 1-9
- Ashworth, G. & Page, S. J.** (2011) "Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes." Tourism Management 32: 1-15
- Betat, S.** (2009) "A apropriação dos espaços urbanos pelo turismo: Estudo do parque Tanguá, Curitiba/PR." Dissertação (Mestrado em Geografia) – UFPR, Curitiba
- Bigné, J. E. & Sánchez, M. I.** (2001) "Evaluación de la imagen de destinos turísticos: uma aplicación metodológica en la Comunidad Valenciana." Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa 3: 189 - 205
- Bitner, M. J. & Hubbert, A. R.** (1994) "Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus service quality: The consumer's voice." In: Rust, R. T. & Oliver, R. L. (eds.) Service quality: New directions in theory and practice. Sage Publications, Thousand Oaks, pp. 72-94
- Boullón, R. C.** (2002) "Planejamento do espaço turístico." EDUSC, Bauru
- Buhalis, D.** (2000) "Marketing the competitive destination of the future." Tourism Management 21: 97-116
- Butler, R. W.** (1994) "Seasonality in tourism: issues and problems." In: Seaton, A. Tourism: The state of the art. Wiley, Chichester, pp. 332-339
- Campubrí, R.; Guia, J. & Comas, J.** (2009) "La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual." Revista Pasos 7(2): 255 – 270

- Carballo, M. M.; Araña, J. E.; León, C. González, M. & Moreno, S.** (2011) "Valorización económica de la imagen de un destino." Revista Pasos 9(1): 1 – 14
- Castrogiovanni, A. C.** (2001) "Turismo e ordenação no espaço urbano." En: Castrogiovanni, A. C. (org.) Turismo urbano. Contexto, São Paulo, pp.23-31
- Cooper, C.** (1994) "The destination life cycle: an update." In: Seaton, A. V.; Jenkins, C. L.; Wood, R. C.; Dieke, P. U.; Bennett, M. M.; Macellan, L. & Smith, R. Tourism: The state of the art. Wiley, Chichester, pp. 340-346
- Cooper, C.; Fletcher, J.; Gilbert, D. & Wanhill, S.** (1997) "Turismo, principios y práctica". Diana, Ciudad de México
- Crompton, J.** (1997) "An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image." Journal of Travel Research 17(4): 18- 23
- Curitiba** (2004) "Plano Diretor 2004: O planejamento urbano de Curitiba". Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba - IPPUC. Disponível em <<http://www.ippuc.org.br/ippucweb/sasi/home/>> Acceso en Agosto de 2015
- Day, R. L.** (1984) "Modeling choices among alternative responses to dissatisfaction". En: William D. Perreault (Ed.) Advances in Consumer Research 11. Association for Consumer Research, Atlanta, pp. 496-499
- Ejarque, J.** (2005) "Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing." Ediciones Pirámide, Madrid
- Fernandes, D. L.** (2015) "O impacto dos planos diretores na satisfação de visitantes e na imagem do destino turístico Curitiba". Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba
- Fitzsimmons, J. & Fitzsimmons, J.** (2003) "Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação." Bookman, Porto Alegre
- Fraiz Brea, J. A. & Cardoso, L.** (2011) "Tourism destination image: reflexão sobre as principais investigações internacionais." CULTUR 5(2): 4-17
- Gandara, J. M. G.** (2001) "La imagen de calidad ambiental urbana como recurso turístico: el caso de Curitiba, Brazil." Tese (Doutorado em Turismo e Desenvolvimento Sustentável) – Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Las Palmas de Gran Canaria
- Gândara, J. M. G.** (2004) "La calidad y la competitividad de los destinos turísticos urbanos." Turismo: Visão e Ação 6(1): 20 - 35
- Gândara, J. M. G.** (2014) "Relatório final do Projeto Encomendas COENG - Copa do Mundo2014 Acompanhamento e Avaliação de Projetos, Obras e Serviços Destinadas à Copa do Mundo 2014 em Curitiba – Subprojeto Turismo." Edital CNPQ 382895/2013-4 e 400043/2013-0. UFPR, Curitiba
- González, M. E. A.; Gândara, J. M. G. & Brea, J. A. F.** (2006) "Explicación de las intenciones de comportamiento a través de la calidad percibida y la satisfacción en el turismo termal de España." Turismo em Análise 27(2): 2006-224
- Grönroos, C.** (1988) "The six criteria of good service quality." Review of Business 3. St. John University Press, New York

- Gunn, C.** (1972) "Vacationscape: designing tourist regions, USA." Bureau of Business Research, University of Texas, Austin
- Harvey, D.** (2013) "A liberdade da cidade". Em: Vainer, C. Cidades rebeldes: passe livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil. Boitempo, São Paulo, pp. 47-62
- Horodyski, G. S.** (2014) "O consumo na experiência turística: o caso do souvenirs no destino Curitiba – PR." Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba
- Instituto Municipal de Turismo de Curitiba** (2012) "Demanda turística de Curitiba – 2012". Curitiba
- Jacobs, J.** (2011) "Morte e vida de grandes cidades." Esitora WMF Martins Fontes, São Paulo
- Kaick, J. A. M. V.** (2007) "Percepção de parques e áreas similares para a atratividade do turismo em Curitiba/PR". Dissertação (Mestrado em Gestão Urbana) - Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba
- Kim, S. H.; Han, H. S.; Holland, S. & Byon, K. K.** (2009) "Structural relationships among involvement, destination brand equity, satisfaction and destination visit intentions: The case of Japanese outbound travelers". *Journal of Vacation Marketing* 15(4): 349-365
- Korstanje, M. E.** (2012a) "Discutiendo la seguridad turística: nuevos tiempos, nuevos enfoques". *Caderno Virtual de Turismo* 12(2): 167-184
- Korstanje, M. E.** (2012b) "¿Se puede ponderar la seguridad turística? Un ensayo conceptual". *Turismo & Sociedad* 05(2): 368-390
- Kotler, P.; Bowen, J. & Makens, J.** (1997) "Mercadotecnia para hotelería y turismo". Prentis-Hall Hispanoamericana, México
- Laville, C. & Dionne, J.** (1999) "A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas". UFMG, Belo Horizonte
- Lefebvre, H.** (1999) "O direito à cidade". Centauro, São Paulo
- Lynch, K.** (2011) "A imagem da cidade". Martins Fontes, São Paulo
- Mondo, T. S.** (2014) "Tourqual: proposta de um modelo de avaliação da qualidade de serviços em atrativos turísticos". Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis
- Oh, H.** (1999) "Service quality, customer satisfaction, and customer value: a holistic perspective". *Hospitality Management* 2(9): 223-228
- Oliver, R. L.** (1981) "Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings". *Journal of Retailing* 57(3): 25-48
- Oliver, R. L.** (1997) "Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer". Irwin/MaGraw-Hill, New York
- Palou Rubio, S.** (1996) "La ciudad fingida. Representaciones y memorias de la Barcelona turística". *Revista Pasos* 4(2): 13 – 28
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A. & Berry, L. L.** (1988) "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality". *Journal of Retailing* 64(1): 12-40
- Pedron, M.** (2013) "A experiência dos turistas nos parques de Curitiba/PR". Dissertação (Mestrado em Geografia) – UFPR, Curitiba

- Rajesh, R.** (2013) "Impact of tourist perception, destination image, and tourism satisfaction on destination loyalty: a conceptual model". *Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 11(3): 67 – 78
- Rechia, S.; Santos, K. R. V. & Tschoke, A.** (2012) "As forças sociais de estrutura, estética e movimento: A dinâmica da apropriação do Parque Cachoeira". *Movimento* 18(02): 85-106
- Ribeiro, M.** (2002) "A atratividade dos centros urbanos e o turismo". In: Gastal, S. *Turismo: 9 proposta para um saber-fazer*. EDIPUCRS, Porto Alegre, pp. 145-150
- Rodrigues, A. B.** (2001) "Turismo e desenvolvimento local". HUCITEC, São Paulo
- Rodriguez, P. D.; Talavera, A. S. & Darias, A. J. R.** (2013) "Destination image, image at destination: Methodological aspects". *Pasos – Revista de Turismo e Patrimonio Cultural* 11(3): 83-95
- Scherer, R.** (2002) "Paisagem urbanística, urbanização pós-moderna e turismo". En: Yazigi, E. (org.) *Turismo e paisagem. Contexto*, São Paulo, pp. 83-106
- Santos, G. E. O.** (2013) "O que determina a satisfação dos turistas internacionais no Brasil?" *Turismo em Análise* 24(3): 521 – 543
- Soares Junior, N. A.** (2007) "Turismo urbano e criminalidade: uma correlação curitibana no século XXI". Dissertação (Mestrado em Gestão Urbana) – PUC/PR, Curitiba
- Soares Junior, N. A.** (2013) "Megaeventos esportivos, espaço urbano e segurança: Curitiba no contexto da Copa de 2014". Tese (Doutorado em Geografia) – UFPR/PR, Curitiba
- Souza, T. A.** (2013) "Mobiliário urbano como elemento de produção e transformação do espaço urbano público e turístico em Curitiba (Pr - Brasil) e Montreal (Qc- Canadá): a percepção dos turistas e da comunidade local". Dissertação (Mestrado em Geografia) – UFFR, Curitiba
- Tschoke, A.; Rechia, S.; Santos, K. R.; Vieira, F. G. & Moro, L.** (2011) "As experiências no âmbito do lazer e o princípio da inércia: Uma analogia para pensar sobre os fatores que influenciam a apropriação dos espaços públicos". *Movimento* 17(01): 117 – 136
- Valls, J. F.** (2000) "Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles". Gestión, Barcelona
- Wainberg, J.** (2001) "Cidades como sites de excitação turística". En: Castrogiovanni, A. C. *Turismo Urbano. Contexto*, São Paulo, pp. 11-23
- Yazigi, E.** (2001) "A alma do lugar: turismo, planejamento e cotidiano". Contexto, São Paulo
- Yazigi, E.** (2009) "Saudades do futuro: por uma teoria do planejamento territorial do turismo." Plêiade, São Paulo
- Zeithaml, V. A.** (1988) "Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence". *Journal of Marketing* 52: 2-22
- Zeithaml, V. A.; Bitner, M. J. & Parasuraman, A.** (2003) "Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente". Bookman, Porto Alegre

Recibido el 06 de enero de 2016

Reenviado el 24 de febrero de 2016

Aceptado el 29 de febrero de 2016

Traducido del portugués

Arbitrado anónimamente