

## Cuadernos de Turismo

Cuadernos de Turismo

ISSN: 1139-7861

cespejo@um.es

Universidad de Murcia

España

Saladié, Òscar; Anton Clavé, Salvador; Cortés-Jiménez, Isabel; Fernandez Young, Anita; Young, Robert

La influencia de las rutas de vuelos de bajo coste en la elección del destino turístico

Cuadernos de Turismo, núm. 34, julio-diciembre, 2014, pp. 287-312

Universidad de Murcia

Murcia, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39831596014>

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

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# LA INFLUENCIA DE LAS RUTAS DE VUELOS DE BAJO COSTE EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO<sup>1</sup>

*Òscar Saladié\**

*Salvador Anton Clavé\**

Departamento de Geografia, Universitat Rovira i Virgili. Tarragona

*Isabel Cortés-Jiménez\*\**

IRSTEA National Research Centre. Francia

*Anita Fernandez Young\*\*\**

*Robert Young\*\*\**

Nottingham University Business School. Reino Unido

## RESUMEN

Mediante la aplicación del método conocido como Causal Chain Approach, se ha analizado la influencia en la llegada de turistas ingleses a la Costa Dorada y al conjunto de la provincia de Tarragona ejercida por la existencia de una ruta de vuelos de bajo coste entre los aeropuertos de East Midlands y Reus. Los resultados muestran que el incremento en la probabilidad que los turistas hayan venido al destino escogido debido a la disponibilidad de dichos vuelos es del 28,4%. Esta probabilidad aumenta en el caso de aquellos que estuvieron alojados en un hotel de Salou (33,9%).

**Palabras clave:** Causal Chain Approach, compañías aéreas de bajo coste, turistas ingleses, destino turístico maduro, Costa Dorada (Tarragona).

---

Recibido: 25 de septiembre de 2013

Devuelto para su revisión: 25 de febrero de 2014

Aceptado: 31 de marzo de 2014

\* Departamento de Geografia. Universitat Rovira i Virgili. C/ Joanot Martorell, 15. 43480 Vila-seca Tarragona (España). E-mail: oscar.saladie@urv.cat, salvador.anton@urv.cat

\*\* UR Développement de Territoires Montagnards. Irstea - Centre de Grenoble. 2 rue de la Papeterie. BP 76. 38402 St-Martin-d'Hères cedex (France).

\*\*\* Nottingham University Business School. University of Nottingham. Jubilee Campus. Wollaton Road. NG8 1BB Nottingham (United Kingdom).

1 La investigación que ha dado lugar a este artículo fue financiada por el Departament de Recerca i Universitats de la Generalitat de Catalunya (2009 PBR 00035). También ha contado con el apoyo del Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España (GLOBALTUR: CSO2011-23004/GEOG).

### Influence of low-cost flight routes on tourist destination choice

#### ABSTRACT

Influence exerted by low-cost flights availability between East Midlands and Reus airports on English tourists' decision to visit a coastal mature destination as Costa Dorada (Northeastern Spain) has been analyzed by means of the Causal Chain Approach. The results show the uplift in the probability of the visit created by the presence of the low-cost flights is 28.4%. Probability is higher in the case of those staying in a hotel in Salou (33.9%).

**Key words:** Causal Chain Approach, low-cost carriers, English tourists, mature tourist destination, Costa Dorada (Tarragona).

## 1. INTRODUCCIÓN

La actividad turística constituye una pieza clave de la economía española: representa un 11% del PIB y un 11,8% de la población ocupada (IET, 2013). La misma fuente indica que en 2012 llegaron a España 57,7 millones de turistas extranjeros, que gastaron 55,6 mil millones de euros. La vía de acceso de muchos de estos turistas es mediante los aeropuertos, que en 2012 recibieron 63,1 millones de pasajeros internacionales, de los cuales un 58% viajaron en compañías de bajo coste. El tráfico aéreo turístico en España había sido tradicionalmente operado por compañías chárter. En el año 2000, este tipo de compañías copaban el 60% de los vuelos en el aeropuerto de Alicante y sólo el 10% las de bajo coste, mientras que en 2006 estas últimas ya sumaban el 53% (Vera Rebollo e Ivars, 2009).

El modelo de negocio de las compañías de bajo coste ya ha sido abordado en la literatura académica. Barrett (2004b) y Diaconu (2012) han analizado el caso de la compañía irlandesa Ryanair, mientras que De Wit y Zuildberg (2012) han centrado su estudio en los límites del crecimiento del modelo de las aerolíneas de bajo coste. No cabe ninguna duda que este tipo de compañías han generado una mayor movilidad de pasajeros en las dos últimas décadas. Según algunos estudios ello es debido al hecho que ofrecen unas tarifas más económicas en comparación con las compañías aéreas tradicionales (Williams, 2001; O'Connell y Williams, 2005; Ryan y Birks, 2005; Malighetti *et al.*, 2009). Ello puede no significar necesariamente, sin embargo, que el transporte aéreo de viajeros haya incorporado nuevos grupos sociales con menor poder adquisitivo gracias a la aparición de compañías y rutas de bajo coste. Así, según un estudio realizado por la Civil Aviation Authority (2006) del Reino Unido, durante el periodo 1965-2005 el número de viajeros en avión había aumentado tanto entre los viajeros con ingresos altos como medios y bajos. Ahora bien, destaca que el aumento más importante, en el caso de los británicos, se produjo entre aquellos que tenían ingresos medios y altos. Así pues, se deben añadir otras razones que justifican la mayor movilidad como son el deseo de viajar por parte de las personas, la confianza empresarial y el crecimiento económico generado durante los años 90 del siglo XX y los primeros años del siglo XXI (Mason y Alamdari, 2007).

Sean cuales sean los motivos y los resultados, desde el punto de vista de su modelo de negocio se puede afirmar que entre las estrategias adoptadas por las compañías de bajo

coste que les permiten reducir los precios de los billetes se encuentra, en primer lugar, el hecho de haber establecido las rutas entre aeropuertos secundarios o regionales, que tienen tasas más baratas (Francis *et al* 2003; Barret, 2004a; Warnock-Smith y Potter, 2005). No obstante, en el caso de España hay que destacar la importante presencia de vuelos operados por compañías de bajo coste también en aeropuertos principales, ejemplos son Barcelona o Madrid. En relación al precio, hay que tener en cuenta, en segundo lugar, que las compañías de bajo coste operan principalmente en rutas que unen destinos situados a corta distancia (Francis *et al.*, 2007). Por su parte O'Sullivan y Gunnigle (2009) indican, en tercer lugar, que los empleados de compañías aéreas de bajo coste acostumbran a tener unas peores condiciones laborales, ejerciendo, en el caso concreto de Ryanair, prácticas contra los sindicatos e implementando estrategias destinadas a la supresión de los mismos. Finalmente, no hay que olvidar (y es de especial importancia) que algunos gobiernos regionales y locales, influenciados por el sector privado interesado en la presencia de aerolíneas de bajo coste en los aeropuertos regionales cercanos a destinos turísticos, han adoptado políticas comerciales y económicas, como pueden ser subvenciones, con el objetivo de garantizar su presencia en dichos aeropuertos (Bel, 2009; Gámir Orueta y Ramos Pérez, 2011; Ramos Pérez *et al.*, 2013). Este comportamiento parece lógico ya que tradicionalmente los aeropuertos han propiciado actividad económica en su área de influencia (Brueckner, 2003; Green, 2007). En este sentido, Vera Rebollo e Ivars (2009) analizaron los impactos de las compañías de bajo coste en España en relación a la generación de empleo, su contribución a la economía local, el crecimiento urbanístico y el crecimiento de la actividad turística. Por su parte, el impacto neto debido a la presencia de una única ruta de bajo coste en la economía local del sur de Italia podría ser de alrededor de 14,6 millones de euros al año (Donzelli, 2010).

Las aerolíneas de bajo coste han desempeñado, en esta misma línea, un papel importante en la revitalización y modernización de algunos aeropuertos regionales, cosa que les ha permitido aumentar notablemente el número de vuelos y de pasajeros, así como también ampliar su área de influencia (Pantazis y Liefner, 2006). Rey e Inglada (2006) consideran que son la razón principal para explicar el renacimiento de los aeropuertos regionales españoles. Sin embargo, según Castillo-Manzano *et al.* (2011), el beneficio económico generado en el aeropuerto no es equivalente al aumento de la llegada de los turistas. Como consecuencia puede ser que este beneficio no sea suficiente para poder ofrecer a las compañías aéreas unas tasas de aeropuerto competitivas, ya sea para atraerlas o bien para retenerlas. En este sentido, Gillen y Lall (2004) advierten tanto a los gestores de los aeropuertos, como a los diferentes agentes públicos y privados de los territorios, que deben ser conscientes que en un aeropuerto donde se haya establecido una compañía de bajo coste y que tenga un papel dominante, el poder de negociación será menor. Este riesgo queda demostrado por el potencial de estas compañías de llevar a cabo de forma rápida su retirada de un aeropuerto (Bel, 2009). Más en general, tal y como indica Duval (2013), hay que tener en cuenta tres amenazas relacionadas con la movilidad aérea. En primer lugar, la regularización económica del transporte aéreo internacional de tipo comercial; en segundo lugar, la relación entre el modelo económico de las compañías aéreas y la conectividad de los destinos. Finalmente, la relación entre la movilidad aérea y las políticas tendentes a mitigar el cambio climático de origen antrópico debido a la cada

vez mayor concentración de gases de efecto invernadero en la atmósfera. El transporte, incluido el aéreo, es una de las principales fuentes de emisión de estos gases.

La principal demanda de las compañías de bajo coste se corresponde con viajes de ocio (Graham, 2006), aunque también se utilizan en viajes de negocios (Mason, 2005; Williams y Balaz, 2009). Así pues, el turismo parece ser una de las actividades económicas que se están beneficiando del desarrollo de este tipo de transporte, con la apertura de nuevos mercados turísticos (Bieger y Wittmer, 2006) y que explica, en gran parte, el aumento del turismo internacional, tal y como han señalado, entre otros, Martínez *et al.* (2005), Bel (2009), Quintiliani (2009), Graham y Dennis (2010) o Donzelli (2010). Castillo-Manzano *et al.* (2011) analizaron el punto de vista de diferentes agentes turísticos (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, alquiler de vehículos y establecimientos de ocio) en cinco destinos españoles en relación a la incidencia que las compañías de bajo coste tienen en el crecimiento y el desarrollo económico del destino en general, de la actividad turística en particular y dentro de esta actividad económica en el crecimiento y el desarrollo del turismo de congresos, cultural y de sol y playa. Los resultados muestran que este tipo de compañías son percibidas como útiles en todos los casos salvo para el crecimiento y el desarrollo del turismo de congresos y cuando sólo se tiene en cuenta el punto de vista de las agencias de viaje. Los mismos autores indican que más del 60% de los establecimientos de ocio, hoteles y alquiler de coches y más del 50% de los restaurantes consultados en su estudio consideran que la administración pública debe favorecer la introducción de este tipo de rutas con todos los medios a su disposición. Sin embargo, las agencias de viajes consideran que la aparición de nuevas rutas debe ser un proceso natural.

El perfil de los usuarios de las compañías de bajo coste también ha sido abordado exhaustivamente en la literatura. A nivel internacional mencionar el trabajo de O'Connell y Williams (2005) que compararon las características de los pasajeros que desde dos aeropuertos irlandeses (Cork y Shannon) volaron a diferentes destinos con una aerolínea de bajo coste o bien con una de tradicional. Por su parte, Ryan y Birks (2005) analizaron las características de los pasajeros de los vuelos de bajo coste entre Australia y Nueva Zelanda. En España destacan los trabajos de Martínez-García y Raya (2008), Martínez-García y Royo-Vela (2010) y Castillo-Manzano y Marchena-Gómez (2011). En el primero, Martínez-García y Raya (2008) analizan la duración de la estancia de los viajeros que utilizan las compañías aéreas de bajo coste en el aeropuerto de Girona en relación con las características sociodemográficas (edad, sexo, nivel de educación y nivel de ocupación), su nacionalidad, destino (ciudad o sol y playa), el principal motivo del viaje, tipo de alojamiento elegido, temporada y la forma como el viaje fue organizado. También son objeto de estudio los pasajeros que llegaron al aeropuerto de Girona mediante este tipo de compañías por parte de Martínez-García y Royo-Vela (2010). Finalmente, Castillo-Manzano y Marchena-Gómez (2011) analizan las características socioeconómicas de los pasajeros de compañías de bajo coste en siete aeropuertos regionales españoles y las causas principales que influyeron en la elección de un vuelo de este tipo.

En la literatura sobre las compañías de bajo coste, ya sea como modelo de negocio, su relación con el desarrollo económico territorial o como motor turístico, no se ha estudiado la influencia de la existencia de rutas de bajo coste en la decisión de los turistas de elegir

un destino u otro. Esta es, sin embargo, una cuestión de suma importancia para la correcta gestión de los destinos, tanto desde un punto de vista económico como social y turístico. En este sentido, Cortés-Jiménez *et al.* (2014) evaluaron las externalidades positivas generadas por la existencia de una ruta de vuelos de bajo coste operada por Ryanair entre el aeropuerto de East Midlands en Inglaterra y el aeropuerto de Reus en Cataluña, mediante la aplicación del método conocido como Causal Chain Approach. Se trata de un método probabilístico causal, desarrollado por Young *et al.* (2004, 2005 y 2007), por el cual es posible estudiar si cuando una persona es expuesta a cierta información sobre un producto ello puede tener un efecto en la decisión de consumir ese producto.

El método ha sido aplicado empíricamente en el campo del turismo por Fernández Young y Young (2008) en el contexto del turismo cinematográfico, por Pratt *et al.* (2009) en el caso de la evaluación de la eficacia de las campañas de marketing turístico y Young *et al.* (2010) centrado en el turismo cultural en las ciudades.

El objetivo principal del presente estudio es, como trabajo complementario al realizado por Cortés-Jiménez *et al.* (2014), analizar la influencia que la disponibilidad de vuelos de la ruta aérea de bajo coste entre los aeropuertos de East Midlands y Reus tuvo en la toma de decisión de aquellos pasajeros en que su destino final fue la Costa Dorada y el conjunto de la provincia de Tarragona, principal área de influencia del aeropuerto de Reus. Así mismo, también se analizarán las principales características sociodemográficas de la muestra.

Una vez introducido y contextualizado el tema, el resto del artículo está organizado de la siguiente manera. En el segundo apartado se da información sobre los datos utilizados así como también se explica la metodología. En el tercer apartado se presentan las principales características de las regiones donde se hallan los aeropuertos de origen y destino (East Midlands y Reus, respectivamente) que justifican la relevancia del estudio de caso. En el cuarto apartado se exponen y analizan los resultados obtenidos. Finalmente en el quinto apartado se desarrollan las conclusiones, seguidas de las referencias.

## 2. DATOS Y METODOLOGÍA

El estudio está basado en una encuesta realizada a 445 pasajeros ingleses de 19 vuelos operados por Ryanair desde el aeropuerto de Reus con destino al aeropuerto de East Midlands. Los pasajeros fueron entrevistados en la sala de embarque, inmediatamente antes de tomar el vuelo hacia su residencia habitual. El período de estudio fue entre los días 15 de mayo y 14 de agosto de 2010. El cuestionario constaba de 31 preguntas, de las cuales 6 de respuesta sí o no, 15 con un abanico de respuestas posibles, 3 preguntas abiertas, 5 preguntas con respuesta numérica y 2 preguntas tipo *Likert*. Estas últimas son la clave de la investigación ya que permiten analizar cómo la disponibilidad de un vuelo de bajo coste influye en la toma de decisión de un turista en el momento de escoger un determinado destino donde realizar las vacaciones. El resto de preguntas eran de carácter sociodemográfico, incluyendo el propósito del viaje, lugar y duración de la estancia, tipo de alojamiento, etc.

Para el análisis que se ha llevado a cabo no se han tenido en cuenta las encuestas de aquellos pasajeros que no respondieron a las dos preguntas causales (18 y 19 en el cue-

stionario) y/o que indicaron que su estancia no se realizó en la provincia de Tarragona y/o que manifestaron que vinieron por negocios o estudios y/o que no realizaron el viaje hacia el aeropuerto de Reus desde el aeropuerto de East Midlands. En este último caso cabe destacar la presencia de numerosos pasajeros que volaron desde el aeropuerto de Birmingham. En consecuencia, la muestra final ha quedado reducida a 338 pasajeros.

Mediante el Causal Chain Approach (Young *et al.*, 2004, 2005 y 2007), es posible analizar la influencia en la toma de decisión sobre el consumo de un determinado producto por parte de alguien que ha estado expuesto a información sobre dicho producto. En nuestro caso se trata de analizar la influencia que una circunstancia, como es el hecho que exista una ruta de vuelos de bajo coste entre dos aeropuertos, ejerce en la toma de decisión de los turistas de viajar hasta un determinado destino. Complementariamente, nos interesa analizar si los turistas escogen viajar a Reus y visitar un destino turístico de la costa tarraconense debido a la existencia de la ruta de bajo coste o hubiesen visitado el mismo destino por otras vías.

De acuerdo con Cortés-Jiménez *et al.* (2014), la existencia de una ruta con vuelos de bajo coste no garantiza que un determinado territorio sea escogido como destino vacacional. Por otro lado, puede que la existencia de la ruta de bajo coste no sea necesaria para desplazarse hasta ese destino en el caso que haya formas alternativas disponibles para viajar hasta allí y/o si los pasajeros están dispuestos a pagar tarifas más elevadas. No obstante, los mismos autores demuestran, por medio de la aplicación del método probabilístico causal, que la existencia de una ruta de bajo coste aumenta la probabilidad de visitar un destino, ya que añade otra manera de llegar hasta él. Este aumento se define como la diferencia entre la probabilidad que un visitante potencial llegue a un destino debido a la disponibilidad de un vuelo de bajo coste y la probabilidad que la visita se hubiera llevado a cabo de todos modos, aunque la ruta de vuelos de bajo coste no hubiera existido.

Las dos preguntas clave de la encuesta, que permitieron calcular el aumento en la probabilidad de la visita ( $\Delta p_i$ ) de cada individuo de la muestra debido al hecho que la ruta de vuelos de bajo coste desde el aeropuerto de East Midlands al aeropuerto de Reus está disponible, se definieron de la siguiente manera (ecuación 1):

Pregunta 18: en una escala de 0 a 10, ¿cómo de cierto es que has escogido la destinación debido a la disponibilidad de vuelos de bajo coste hasta Reus? Siendo 0 nada cierto y 10 totalmente cierto.

Pregunta 19: en una escala de 0 a 10, ¿cómo de cierto es que hubieras escogido la misma destinación incluso si los vuelos de bajo coste hasta Reus no hubieran estado disponibles? Siendo 0 nada cierto y 10 totalmente cierto.

La primera de estas dos preguntas está diseñada para obtener la probabilidad de que la visita a un destino sea debida a la existencia de los vuelos de bajo coste ( $k_i$  en la ecuación 1). Por su parte, la segunda pregunta se refiere a la probabilidad de que sin los vuelos de bajo coste el visitante hubiera ido a ese mismo destino de todos modos ( $1-c_i$ ). Entonces,  $c_i$  es la probabilidad de que sin la disponibilidad de los vuelos de bajo coste no se hubiese producido la visita.

$$\Delta p_i = c_i * k_i \quad (1)$$



Los extremos de la gama de respuestas son, por un lado, aquellos visitantes que manifiestan que la disponibilidad de los vuelos de bajo coste no ha tenido influencia alguna en la toma de decisión y que hubieran visitado el destino de todos modos (valores de  $k$  y  $c$  igual a 0) y, por otro lado, los visitantes que manifiestan que la selección de la destinación es debida totalmente a la existencia de la ruta de vuelos de bajo coste y que no hubiesen elegido el destino en caso de no haber estado disponible la ruta (valores de  $k$  y  $c$  igual a 1<sup>2</sup>). En el primer grupo, la disponibilidad de vuelos de bajo coste no influye en que la visita sea más probable, mientras que en el segundo grupo la disponibilidad de los vuelos de bajo coste hace elevar la probabilidad que se realice la visita al destino hasta 1. En resumen,  $\Delta p_i$  (ecuación 1) es el porcentaje o fracción de la visita a un destino turístico por parte de un determinado individuo que es atribuible a la disponibilidad de los vuelos de bajo coste. Esto permite medir la contribución del total de los pasajeros de los vuelos de bajo coste ( $\Delta p$  en la ecuación 2), en base a la suma de las fracciones individuales. Una aproximación mucho más precisa que hacer una clasificación binaria donde se perderían las contribuciones individuales.

$$\Delta p = \sum_{i=1}^N (c_i * k_i) / N \quad (2)$$

### 3. RELEVANCIA DEL CASO DE ESTUDIO

La Costa Dorada, en la provincia de Tarragona, es uno de los destinos turísticos de litoral más importantes de Cataluña. Se trata de un destino maduro que en el año 2010 acogió a más de 1,3 millones de turistas internacionales, el 10,1% del total de Cataluña (DGT, 2011). Esta actividad turística representó el 12,8% del PIB, más de 1,5 puntos por encima del promedio catalán (Duro *et al.*, 2012). La zona goza de un clima templado, playas de arena fina y aguas cristalinas y dispone de más de 120 mil plazas en establecimientos turísticos regulados. La localidad de Salou es el principal destino y más conocido de la zona. Salou, Cambrils y Vila-seca conforman la denominada Costa Dorada central. Salou se encuentra a 10 y a 100 km al suroeste de las ciudades de Tarragona y de Barcelona, respectivamente. Hay que destacar la presencia del parque temático Port Aventura, situado en los términos municipales de Salou y Vila-seca, que entró en funcionamiento el año 1995. Está entre los tres mayores parques temáticos de Europa y en 2007 superó los 4 millones de visitantes (Anton Clavé, 2010). Otro destino turístico relevante de la provincia de Tarragona es Terres de l'Ebre. En 2010 la actividad turística en esta zona representó el 8,6% del PIB (Duro *et al.*, 2012) y acogió a un 0,7% de los turistas internacionales llegados a Cataluña (DGT, 2011).

En su conjunto, el territorio está bien conectado con la frontera francesa y con las otras regiones del mediterráneo español a través de la autopista AP-7, así como también lo está con el noroeste y el centro (Madrid) peninsular por la autopista AP-2 y el tren de alta velocidad. Estas son las principales vías para la llegada de turistas nacionales e internacionales. Sin embargo, el transporte aéreo se ha convertido en una vía nada despreciable para la llegada de turistas, especialmente procedentes de países más alejados, ya sea a través del aeropuerto de Barcelona o, principalmente, del aeropuerto de Reus, situado a escasos 15 minutos en coche de Salou.

2 Para el cálculo la escala de valores posibles es de 0 a 1.



El aeropuerto de Reus es uno de los aeropuertos regionales españoles que se ha visto beneficiado por la eclosión de las compañías de bajo coste. El número de pasajeros ha ido aumentando año tras año hasta 2009. En el año 1997 se superó por primera vez la cifra de medio millón de pasajeros, mientras que en 2001 no llegaba a tres cuartos de millón. El millón de pasajeros se alcanzó en 2004 y en 2009 se superaron los 1,7 millones, un 33,5% más que en el año 2008 (AENA, 2010). Sin embargo, un importante descenso tuvo lugar en 2010, reduciéndose los pasajeros hasta poco más de 1,4 millones y disminuyendo por debajo de esta cifra en 2011 (AENA, 2011 y 2012).

La compañía irlandesa de bajo coste Ryanair es la principal empresa que opera en el aeropuerto de Reus. Durante la primavera y el verano del año 2010 (momento en que se llevó a cabo la encuesta), el aeropuerto de Reus estaba conectado con 28 destinos de 10 países diferentes. Este número se redujo a 9 destinos durante el invierno, por lo que presenta una marcada estacionalidad. En verano de 2013 el número de rutas era de 19, pertenecientes a 8 países distintos.

El Reino Unido es el principal mercado emisor de visitantes en España y más del 80% de los vuelos procedentes de ese país en el año 2012 fueron operados por compañías de bajo coste (IET, 2013), un valor superior al de otros países (por ejemplo, un 64,6% en el caso de Alemania o 63,3% en Italia). Aunque en Cataluña el principal flujo de visitantes proviene de Francia (DGT, 2011), la Costa Dorada y la provincia de Tarragona en general ha sido tradicionalmente un importante destino turístico para el mercado inglés, jugando un papel destacado el aeropuerto de Reus, primero con vuelos chárter y actualmente, tal y como ya se ha comentado, con las compañías de bajo coste.

Una de las rutas disponibles desde Reus, tanto en 2010 como en 2013, es la que conecta con el aeropuerto de East Midlands. Este aeropuerto se encuentra situado en la región inglesa del mismo nombre que cuenta con casi 5 millones de habitantes. Las tres principales ciudades de la zona son Nottingham, Leicester y Derby. Desde el aeropuerto de East Midlands la compañía Ryanair operaba en 2010 hacia 34 destinos. 12 de ellos se pueden considerar de sol y playa en España: Alicante, Fuerteventura, Girona, Gran Canaria, Ibiza, Lanzarote, Málaga, Murcia, Palma de Mallorca, Reus, Tenerife y Valencia. En 2013 se sumaron Almería, Barcelona y Menorca. Davison y Ryley (2010) llevaron a cabo un análisis sobre las preferencias de los destinos turísticos por parte de los usuarios de compañías aéreas de bajo coste en el aeropuerto de East Midlands. El estudio constata un elevado aumento del número de pasajeros que volaron hacia España. En el año 1997 no llegaban a 20 mil, mientras que en 2007 viajaron a España desde el aeropuerto de East Midlands más de 35 mil pasajeros.

Por último, indicar que, como también ha ocurrido en otros lugares, la administración autonómica catalana, las administraciones locales y los agentes económicos privados de la Costa Dorada han proporcionado ayudas económicas a Ryanair en los últimos años con el fin de incrementar y consolidar la actividad de la compañía en el aeropuerto de Reus. Entre 1996 y 2010 las ayudas públicas para esta compañía en el aeropuerto de Reus alcanzaron la cifra de 13 millones de euros (Ramos Pérez *et al.*, 2013). El último acuerdo se suscribió a finales del año 2011. Ryanair tenía que traer al aeropuerto de Reus 500 mil pasajeros en 2012, alcanzando los 900 mil en 2016. Por su parte, la compañía recibiría 3,5 millones de euros al año, garantizados por el Gobierno de la Generalitat de Cataluña y por diferentes instituciones del territorio.

## 4. RESULTADOS

A continuación se muestran los resultados de aplicar el Causal Chain Approach a la muestra compuesta por un total de 338 elementos, así como también los resultados obtenidos en diferentes segmentos de la misma. Previamente, se presenta una descripción general de la muestra en relación a los rasgos principales de los encuestados.

### 4.1. Características principales de la muestra

La primera característica a destacar es que a pesar de que la mayoría de los pasajeros encuestados indicaron que su residencia habitual se encuentra en East Midlands, región donde está localizado el aeropuerto de origen, sólo representan poco más de la mitad de la muestra (55%). Los turistas procedentes del norte y del oeste de Inglaterra equivalen a un 20,4% y un 14,2%, respectivamente, mientras que un 10,4% son del resto del país.

La distribución por género está bastante equilibrada, las mujeres representan un 51,8% y los hombres un 48,2%. El promedio de edad es de 42,7 años, siendo ligeramente superior el de los hombres (44 años) que el de las mujeres (41,5 años). La tabla 1 muestra la distribución de la muestra por segmentos de edad. La mayor representación se encuentra en aquellos que tienen entre 45 y 54 años con más de una cuarta parte del total, aunque con un valor muy similar a los que se encuentran en el segmento inmediatamente anterior

**Tabla 1**  
**DISTRIBUCIÓN POR UMBRALES DE EDAD**

Edad	Distribución	Edad	Distribución
< 25 años	10,7%	45-54 años	26,6%
25-34 años	17,8%	55-64 años	13,3%
35-44 años	25,7%	> 64 años	5,9%

**Tabla 2**  
**DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LA ESTRUCTURA DEL GRUPO**

Estructura del grupo	
Familia con niños (<13 años)	41,1%
Familia con niños (13-17 años)	8,6%
Familia con niños (>17 años)	1,8%
Familiares adultos (≤35 años)	6,5%
Familiares adultos (>35 años)	24,0%
Amigos adultos (<26 años)	5,9%
Amigos adultos (26-35 años)	3,2%
Amigos adultos (≥36 años)	5,3%
Adulto solo	3,6%

(35-44 años). Es decir, más de la mitad de los pasajeros encuestados tienen entre 35 y 54 años. Por su parte, los umbrales de edad con una menor presencia se encuentran en los extremos, tanto los menores de 25 años (10,7%) como, especialmente, los mayores de 64 años (5,9%).

En relación al tamaño del grupo y teniendo en cuenta únicamente los adultos que lo forman, un 8% respondieron que iban solos, un 9,8% con otras dos personas y un 17,7% formaban un grupo de más de tres adultos. Así pues, casi dos tercios de los encuestados (64,5%) manifestaron que iban acompañados de otra persona adulta. Por su parte, la tabla 2 muestra la distribución teniendo en cuenta la estructura del grupo. Como se puede observar, destacan claramente los grupos formados por familias con niños menores de 13 años con más del 40% de la muestra, seguida ya a bastante distancia por aquellos grupos de familiares adultos mayores de 35 años (24%). Ninguna de las otras estructuras de grupo establecidas supera el 10% del total de la muestra.

La gran mayoría de los encuestados (85,2%) organizaron el viaje por su cuenta y sólo un 14,8% reservaron un paquete turístico a través de una agencia de viajes. Decidieron hacer el viaje, de promedio, con 83 días de antelación al inicio del mismo. No se han encontrado diferencias significativas entre aquellos que lo organizaron por si mismo y los que lo hicieron por agencia de viajes.

Salou es el destino por excelencia (Tabla 3) de los turistas ingleses, en el marco de la Costa Dorada y el conjunto de la provincia de Tarragona, que utilizaron la ruta de vuelos de bajo coste entre el aeropuerto de East Midlands y el de Reus. Casi dos terceras partes del total estuvieron alojados en Salou. En cambio los porcentajes son muy bajos tanto en Cambrils como en La Pineda (municipio de Vila-seca). Hay que destacar que casi una cuarta parte del total de encuestados se distribuyó por el resto de la provincia de Tarragona. Un porcentaje elevado que indica que el área de influencia del aeropuerto de Reus no se circunscribe únicamente a la Costa Dorada central. En la misma tabla 3 también aparece la información referida al tipo de alojamiento. Un 60,9% se alojaron en hoteles, seguidos ya muy de lejos por aquellos que lo hicieron en casas de amigos o familiares y en apartamentos alquilados con 11,8% y 11,2%, respectivamente.

Si se relacionan la localidad de la estancia con el tipo de alojamiento se observan diferencias significativas. Mientras que el predominio del alojamiento en hoteles se acentúa en aquellos turistas que estuvieron en Salou (83,6%), cae hasta un 6,4% en aquellos que lo hicieron en el resto de la provincia de Tarragona. En este segundo grupo casi la mitad de ellos (47,4%) se alojaron ya sea en casa de amigos, de familiares o bien en un alojamiento de su propiedad. Un valor muy superior al del conjunto de la muestra (17,7%) y más aún si sólo se tienen en cuenta los que fueron a Salou (6,1%).

También hay diferencias importantes si se compara el tipo de alojamiento con la edad y la estructura del grupo. Así pues, el promedio de edad de los que escogieron alojarse en un camping es de 36,3 años, aumenta hasta 42,3 entre los que estuvieron acomodados en un hotel (valor similar al promedio de toda la muestra), alcanzando los 47,2 años si se alojaron en viviendas propias, de amigos o de familiares. En el primer grupo los menores de 25 años sólo representan un 3,3% del total. En el segundo grupo casi un 30% tiene entre 35 y 44 años, el mismo segmento de edad que predomina en el tercer grupo pero de una manera más destacada (41,7%). Por lo que respecta a la estructura del grupo, casi la mitad

de los que se alojaron en hoteles eran familias con niños menores de 13 años, cifra que se supera en el caso de aquellos turistas que estuvieron alojados en camping (58,3%). Por su parte, más de un tercera parte de los que estuvieron en alojamiento propio o de amigos y familiares, estaban formados por familiares adultos mayores de 35 años.

**Tabla 3**  
**LOCALIDAD DE LA ESTANCIA Y TIPO DE ALOJAMIENTO**

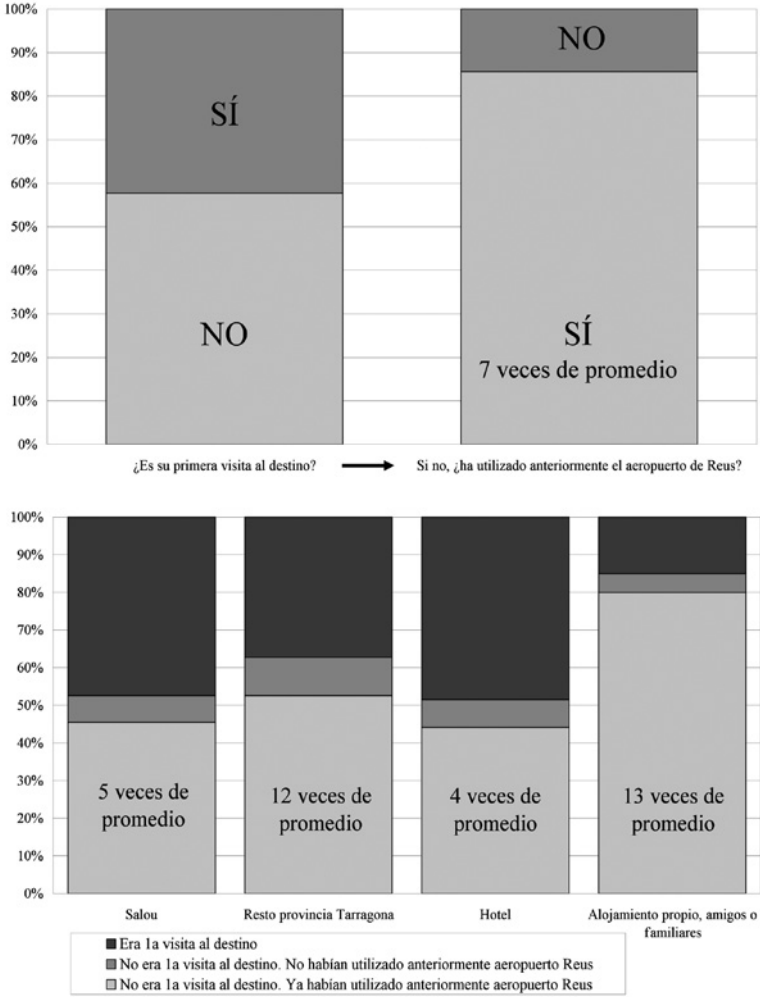
Localidad de la estancia		Tipo de alojamiento	
Salou	63,0%	Hotel	60,9%
Cambrils	6,2%	Camping	7,1%
La Pineda	5,0%	Apartamento alquilado	11,2%
Tarragona ciudad	2,7%	Alojamiento amigos/familiares	11,8%
Resto provincia de Tarragona	23,1%	Alojamiento propio	5,9%
		Otros	3,1%

El número de pernотaciones en el destino fue de 8,5 de promedio. Más de un 55% indicaron que pasaron 7 noches, seguidos de aquellos que estuvieron 14 noches (13,9%). Estos resultados se explican por el hecho que la frecuencia de vuelos entre los aeropuertos de East Midlands y Reus era de 2 por semana. Teniendo en cuenta el tipo de alojamiento, estuvieron 11,6 noches aquellos pasajeros que se alojaron en camping, 10,6 noches los alojados en viviendas propias, de familiares y amigos y 7,6 noches los alojados en hoteles. No se observan diferencias significativas en el número de pernотaciones si se relacionan con los segmentos de edad.

Una secuencia interesante de preguntas en la muestra era, en primer lugar, saber si aquella era la primera visita al destino turístico seleccionado. En caso que la respuesta fuera negativa, a continuación se preguntaba si ya habían utilizado con anterioridad el aeropuerto de Reus para realizar el desplazamiento. Finalmente, si la respuesta a la segunda pregunta era afirmativa, se preguntaba por el número de veces que lo habían utilizado (Figura 1 - arriba). A la primera pregunta un 57,7% respondieron que no era la primera vez y de estos la gran mayoría (85,6%) dijeron que ya habían utilizado anteriormente el aeropuerto de Reus como punto de llegada al territorio donde se encuentra su destino turístico. Un total de 7 veces de promedio. Estos resultados indican, por un lado, que el aeropuerto de Reus ha sido utilizado tradicionalmente para los desplazamientos de los turista ingleses que escogen pasar sus vacaciones en la Costa Dorada y en el conjunto de la provincia de Tarragona, a pesar que el vuelo de Ryanair que une los aeropuertos de East Midlands y Reus entró en funcionamiento el año 2009. Y por otro lado, también indica que el destino recibe una importante cantidad de turistas nuevos que podrían convertirse en repetidores.

Por su parte, en la misma figura 1 (debajo) se encuentran los resultados a esta misma secuencia de preguntas, pero segmentando la muestra: pasajeros que estuvieron en Salou, en el resto de la provincia de Tarragona, alojados en un hotel y alojados en viviendas particulares (propias, de amigos o de familiares). Más de un 80% de los encuestados que se alojaron en una vivienda particular habían estado ya con anterioridad en el destino. De

**Figura 1**  
**PRIMERA VISITA AL DESTINO Y UTILIZACIÓN PREVIA DEL**  
**AEROPUERTO DE REUS: CONJUNTO DE LA MUESTRA (ARRIBA) Y**  
**CUATRO SEGMENTOS SELECCIONADOS (DEBAJO)**



éstos, la gran mayoría ya habían viajado en avión hasta el aeropuerto de Reus como medio de transporte, 13 veces de promedio. En el otro extremo se encuentran los pasajeros con destino a Salou y aquellos que se alojaron en un hotel. En este segundo caso poco más de la mitad ya habían estado en el destino y aunque la gran mayoría de ellos también viajaron anteriormente a través del aeropuerto de Reus, el valor promedio sólo es de 4 veces.

En la tabla 4 se muestra la distribución de las respuestas a la pregunta sobre cuál fue la razón principal para escoger el aeropuerto de Reus como punto de llegada al territorio

donde se encuentra el destino turístico. Se puede observar una polarización de dos de las posibles respuestas. En primer lugar, con el 47,9% del total, se hallan aquellos que manifestaron que el motivo principal fue la corta distancia entre el aeropuerto de Reus y el destino escogido. Por su parte, un nada despreciable 39,1% dijeron que la causa principal fue el precio del vuelo entre los aeropuertos de East Midlands y Reus. Esta pregunta puede ser clave a la hora de diferenciar entre aquellos turistas que podrían ser considerados leales al destino y aquellos que podrían ser considerados turistas de vuelos de bajo coste.

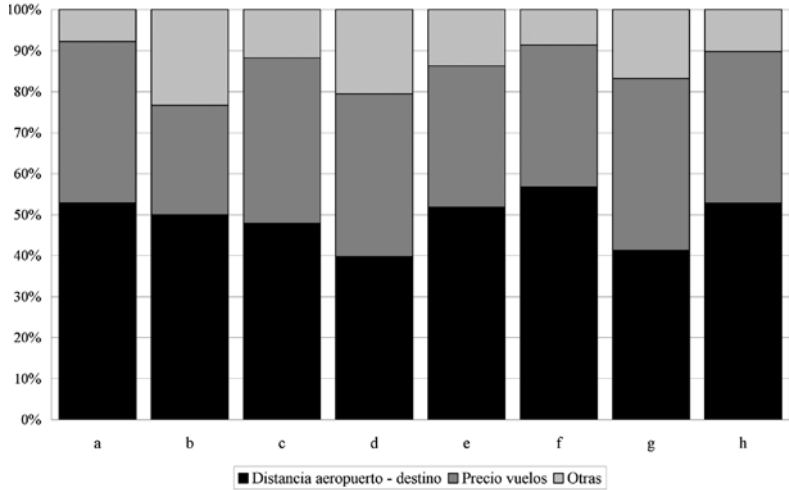
**Tabla 4**  
**DISTRIBUCIÓN TENIENDO EN CUENTA LA RAZÓN PRINCIPAL DE**  
**HABER VOLADA HASTA EL AEROPUERTO DE REUS**

Razón principal		Razón principal	
Distancia aeropuerto - destino	47,9%	Precio del vuelo	39,1%
Información agencia de viajes	1,5%	Información amigos/familiares	3,8%
Acceso a medio de transporte	4,7%	Otras	3,0%

La respuesta a la misma pregunta, pero referida a ocho segmentos seleccionados de la muestra, aparece reflejada en la figura 2. En todos los casos la suma de los que respondieron o bien que era la distancia del aeropuerto hasta el destino o bien el precio económico del vuelo representan más del 75% del total. En seis de los segmentos (alojados en hoteles, alojados en viviendas particulares, localizados en Salou, familias con hijos menores de 13 años, familiares adultos de más de 35 años o que no era la primera vez que iban al destino) la principal razón fue, como para el conjunto de la muestra, la distancia desde el aeropuerto. Destacan aquellos en que la estructura del grupo estaba conformada por familiares adultos de más de 35 años con un 56,8%. Por su parte, el segmento que respondieron en menor cantidad a la opción de la distancia fue el de los que estuvieron en el resto de la provincia de Tarragona con un 39,7%, mismo porcentaje de los que respondieron que la razón principal fue el precio de los vuelos. A esta segunda pregunta, el mayor número de respuestas fue la del grupo que dijeron que era la primera vez que visitaban el destino (42%). Por su parte, los que afirmaron en menor medida que la razón principal era el precio de los vuelos fueron los que estuvieron en alojamiento propio, de amigos o de familiares (26,7%).

Finalmente, a tenor del análisis de las principales características sociodemográficas de la muestra, podemos afirmar que el perfil mayoritario de los turistas ingleses que escogieron el vuelo de bajo coste entre los aeropuertos de East Midlands y Reus para luego desplazarse hasta el destino turístico escogido en la provincia de Tarragona, principalmente la Costa Dorada, era el de un turista que estuvo en Salou alojado en un hotel (52,7% de la muestra). Ahora bien, si añadimos más información, dentro de la importante diversidad, más acentuada cuantas más características sean tenidas en cuenta, un perfil a destacar es el del turista que estuvo en Salou, alojado en un hotel, mayor de 34 años, formando una familia con niños menores de 13 años y que escogieron volar hasta Reus porque el aeropuerto está cerca de Salou. Este perfil representa un 10,4% del total de la muestra.

**Figura 2**  
**RAZÓN PRINCIPAL DE HABER VOLADO**  
**HASTA EL AEROPUERTO DE REUS**



a) Alojados en un hotel. b) Alojados en viviendas particulares. c) Estancia en Salou. d) Estancia en el resto de la provincia de Tarragona. e) Familias con niños <13 años. f) Adultos familiares >35 años. g) 1a vez en el destino. h) No 1a vez en el destino

**4.2. Resultados del Causal Chain Approach**

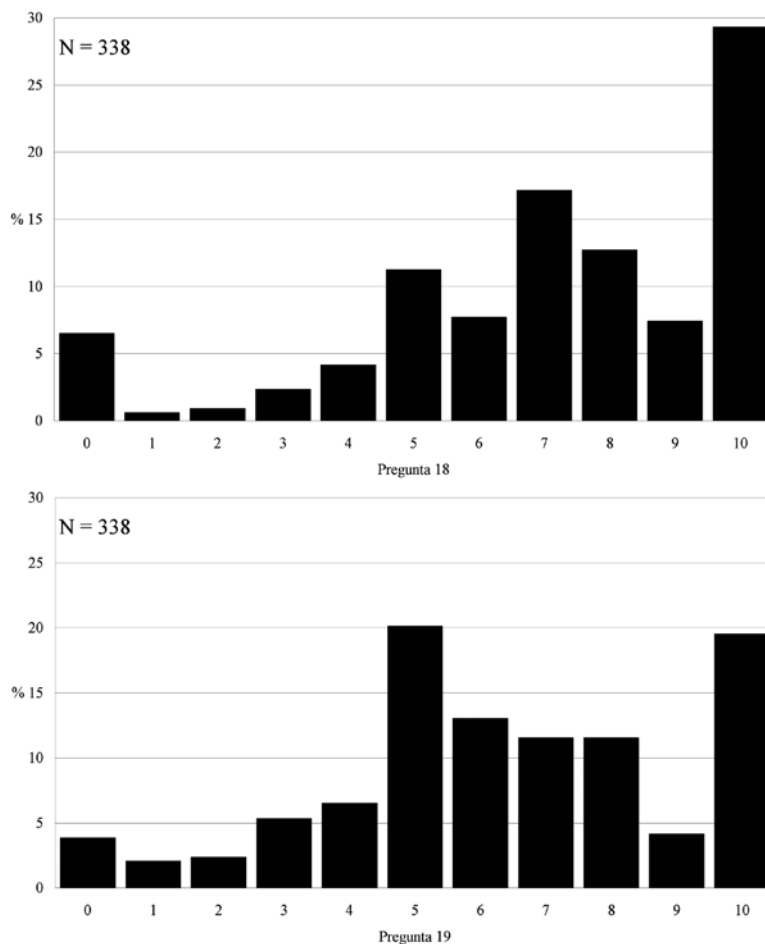
*4.2.1. Resultados del conjunto de la muestra*

Un 29,3% de los encuestados respondieron (pregunta 18) que era absolutamente cierto que habían ido al destino debido a la disponibilidad de la ruta de vuelos de bajo coste entre los aeropuertos de East Midlands y Reus, mientras que sólo un 6,5% dijeron que el hecho de que existiese la ruta no había influido de ninguna manera en la decisión. En relación a la pregunta 19, un 19,5% respondieron que hubieran ido de todos modos al destino aunque la ruta no hubiera estado disponible. En cambio sólo un 3,5% dijeron que no hubieran ido de ningún modo al destino escogido en caso que la ruta no hubiera estado disponible. El valor promedio es de 8,1 a la pregunta 18 y 7,3 a la pregunta 19.

La figura 3 muestra la distribución de las respuestas a la pregunta 18 (arriba) y 19 (debajo) de la encuesta. Como se puede observar, la respuesta más repetida a la pregunta 18 fue precisamente 10, seguida ya de lejos por aquellos que respondieron 7 (17,2%). En cambio, en el caso de la pregunta 19 el mayor número de respuestas fue 5 (20,1%). Si se compara la presencia de respuestas con valores mayores a 5 (pregunta 18: la influencia de la ruta fue importante; pregunta 19: era bastante cierto que hubieran ido igualmente al destino aunque la ruta no hubiera estado disponible), se aprecia una mayor concentración en el primer caso con un 74,3%, por un 59,8% del segundo.



**Figura 3**  
**DISTRIBUCIÓN DE LAS RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS 18 (ARRIBA) Y**  
**19 (DEBAJO)**

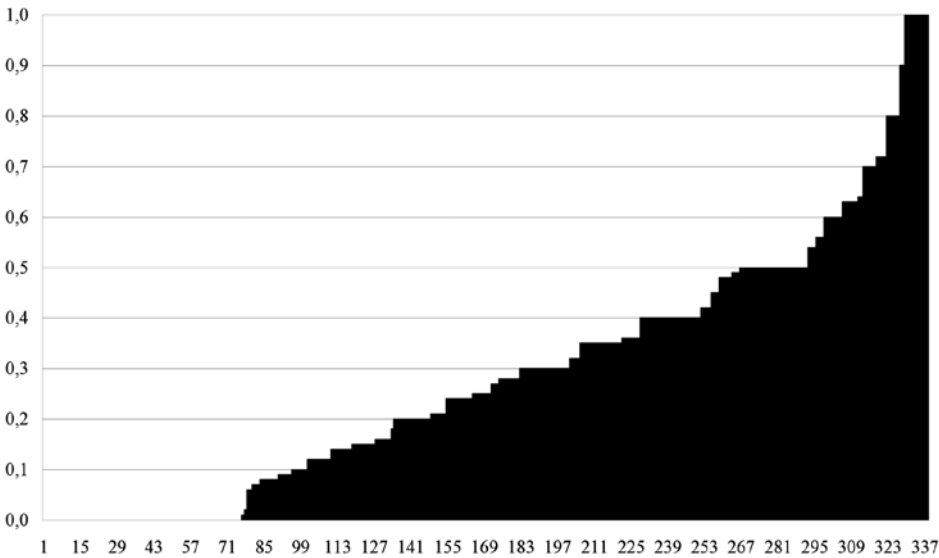


No obstante, el objetivo es analizar la contribución de la ruta de vuelos de bajo coste mediante la combinación de las respuestas a ambas preguntas. Así pues, únicamente 9 de los 338 pasajeros encuestados pueden ser considerados estrictamente «turistas de vuelos de bajo coste». Es decir, era absolutamente cierto que habían ido al destino debido a la disponibilidad de la ruta de vuelos de bajo coste ( $p18 = 10$ ) y que no hubieran ido al destino de no ser por la disponibilidad de la ruta ( $p19 = 0$ ). Valores de  $k$  y de  $c$  igual a 1. Por su parte, 12 pasajeros pueden ser considerados «turistas leales al destino». Dijeron que el hecho de que existiese la ruta no había influenciado de ninguna manera en la toma de decisión de ir al destino ( $p18 = 0$ ) y que hubieran ido de todos modos al destino aunque la ruta no hubiera estado disponible ( $p19 = 10$ ). Valores de  $k$  y de  $c$  igual a 0. Estos grupos

sólo representan un 2,7% y un 3,6% de la muestra, respectivamente. El perfil de los «turistas de vuelos de bajo coste» es el de un grupo formado por dos adultos que forman una familia con niños menores de 13 años, que no estuvieron alojados ni en casa propia ni en la de familiares o amigos y que la razón principal en la toma de decisión fue el precio del vuelo. Por su parte, el perfil de los «turistas leales al destino» es el de un grupo formado por dos adultos que no era la primera vez que visitaban el destino, que no se alojaron en hoteles y que la razón principal en la toma de decisión fue la distancia entre el aeropuerto y el destino. La combinación de respuestas más repetida (25 pasajeros – 7,4% del total) fue 10 a la pregunta 18 y 5 a la pregunta 19.

Los resultados basados en la combinación de respuestas a las dos preguntas planteadas se muestran en la figura 4 (contribución individual) y en la tabla 5 (conjunto de la muestra). El valor de  $k$  alcanza el 71% (Tabla 5), cosa que indica que la ruta de vuelos de bajo coste entre los aeropuertos de East Midlands y Reus tiene una influencia notable en la decisión de los turistas de pasar sus vacaciones en la Costa Dorada y el conjunto de la provincia de Tarragona. No obstante, también es destacable la probabilidad que esos mismos turistas hubieran visitado el destino de todos modos aunque la ruta no hubiera estado disponible (1-c). En este caso la probabilidad es del 63,3%. Es decir, hubieran ido al destino por otros medios, como pueden ser vuelos chárter hasta el aeropuerto de Reus o vuelos a otros aeropuertos para luego desplazarse mediante transporte terrestre hasta el destino turístico escogido.

**Figura 4**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA FRACCIÓN INDIVIDUAL DE LA ATRACCIÓN**  
**EJERCIDA POR PARTE DE LA RUTA DE VUELOS DE BAJO COSTE ( $\Delta p_i$ )**



**Tabla 5**  
**ATRACCIÓN EJERCIDA POR PARTE DE LA RUTA DE VUELOS DE BAJO**  
**COSTE EN EL CONJUNTO DE LA MUESTRA**

Atributos	Resultados
Observaciones (N)	338
k	0,710
1-c	0,633
$\Delta p (c * k)$	0,284

Por su parte, un 28,4% de los pasajeros (valor obtenido de las contribuciones individuales) escogieron el destino debido a la disponibilidad del vuelo de bajo coste. Es decir, casi tres de cada diez turistas que escogieron como destino la Costa Dorada y el conjunto de la provincia de Tarragona, así como los ingresos generados, se pueden atribuir a la presencia de la ruta de vuelos de bajo coste entre los aeropuertos de East Midlands y Reus. Si, como se ha mencionado anteriormente, sólo un 2,7% pueden ser considerados «turistas de vuelos de bajo coste» (últimos nueve casos de la figura 4), el restante 25,7% de incremento de la probabilidad es debido a la suma de las fracciones individuales.

Finalmente, si la probabilidad que los turistas hubieran visitado el destino de todos modos aunque la ruta no hubiera estado disponible (1-c) es del 63,3%, la probabilidad debida a la presencia de la ruta de vuelos de bajo coste podría ser igual al 36,7% restante, mientras que sólo es un 28,4%. Es decir, la ruta está alcanzando un 77,4% de su potencial de atracción. En consecuencia, aún estaría en disponibilidad de aumentar su influencia de atracción de pasajeros al territorio (p.e. más plazas disponibles o cambio en los días o en las horas de los vuelos).

#### *4.2.2. Segmentación de la muestra*

La segmentación de la muestra teniendo en cuenta una o más de una de las preguntas realizadas visualiza las diferencias entre los segmentos analizados de manera independiente. Todos los segmentos representan como mínimo un 10% del conjunto de la muestra.

En la tabla 6 aparecen los resultados teniendo en cuenta la respuesta a ocho preguntas (localidad, tipo de alojamiento, primera o no primera vez en el destino, estructura del grupo, tamaño del grupo, edad del encuestado, pernoctaciones y razón principal para escoger el vuelo hasta Reus). De cada una de estas preguntas se han seleccionado únicamente dos respuestas, en el caso de que hubiera más de dos<sup>3</sup>. Un prueba Z se ha aplicado a cada par de posibles respuestas de la misma pregunta con el objetivo de saber si las diferencias en el incremento de la probabilidad ( $\Delta p$ ) asociada a la disponibilidad de la ruta de vuelos de bajo coste son estadísticamente significativas.

<sup>3</sup> En «edad» se ha generado un grupo que engloba a los mayores de 34 años y menores de 55. Las pernoctaciones se han diferenciado entre  $\leq 7$  noches y  $> 7$  noches. «Casa particular» incluye la propia, la de amigos y la de familiares. «Resto de la provincia de Tarragona» no incluye a los que se alojaron en Salou, Cambrils, La Pineda o la ciudad de Tarragona.

La influencia ejercida por la presencia de los vuelos de bajo coste (k) es importante en todos los casos. Como era de esperar, el valor más elevado se da en aquellos turistas que contestaron que la razón principal era el precio económico del vuelo (84,8%), mientras que sólo es del 63% entre aquellos que a esta misma pregunta respondieron que era la corta distancia entre el aeropuerto y la destinación. En el primer caso está casi 15 puntos por encima del valor obtenido para el conjunto de la muestra (71%), valor promedio que coincide con el de aquellos pasajeros que estuvieron en Salou.

La probabilidad que los turistas hubiesen viajado de todos modos al destino aunque los vuelos no hubiesen estado disponibles fluctúa entre el 84,8% de los que se alojaron en una casa particular y sólo un 53,1% entre los menores de 25 años. En el primer caso no es necesario que reserven plaza en un hotel o en un camping, ni tampoco que alquilen un apartamento. De manera clara, escogerán el destino en la provincia de Tarragona aunque no hubiera existido la ruta de vuelos de bajo coste, puesto que ya disponen de alojamiento en el destino, ya sea propio, de amigos o de familiares. Este resultado contrasta con el valor obtenido en el segmento de turistas que se alojaron en un hotel (57,8%) que implica

**Tabla 6**  
**ANÁLISIS POR SEGMENTOS SELECCIONADOS (I)**

	Salou	Resto provincia Tgna.	Precio	Distancia
N	213	78	132	162
k	0,710	0,746	0,848	0,630
1-c	0,579	0,735	0,545	0,678
$\Delta p$	0,322**	0,221**	0,399**	0,217**
	Hotel	Casa particular	< 25 años	35-54 años
N	206	60	36	177
k	0,729	0,682	0,711	0,701
1-c	0,578	0,848	0,531	0,625
$\Delta p$	0,327**	0,114**	0,368*	0,282*
	1ª vez destino	No 1ª vez destino	$\leq 7$ noches	> 7 noches
N	143	195	231	107
k	0,714	0,707	0,733	0,659
1-c	0,583	0,670	0,612	0,679
$\Delta p$	0,318*	0,258*	0,301*	0,247*
	Familias niños <13	Familiares adultos >35	> 3 adultos	2 adultos
N	139	81	60	218
k	0,696	0,698	0,763	0,696
1-c	0,595	0,720	0,582	0,632
$\Delta p$	0,311**	0,209**	0,344	0,281

\* Segmentos en que la diferencia en  $\Delta p$  es estadísticamente significativa a un nivel de confianza del 95%

\*\* Segmentos en que la diferencia en  $\Delta p$  es estadísticamente significativa a un nivel de confianza del 99%

un gasto económico mayor. Pero la menor influencia ejercida por el destino corresponde al grupo de turistas menores de 25 años. También está relacionado con cuestiones económicas (menor disponibilidad de dinero) y, por su juventud, a un mayor interés en visitar destinos diferentes. Únicamente dos de los veintiséis pasajeros de la muestra con edad inferior a los 25 años respondieron que estaban alojados en casas particulares, todas ellas de familiares o de amigos. El resultado de 1-c del segmento «grupo de 2 adultos» es el que se asemeja más al promedio del conjunto de la muestra.

El aumento en la probabilidad de la visita debido a la ruta de vuelos de bajo coste ( $\Delta p$ ) es mayor entre aquellos turistas que dijeron que el precio era la principal razón de haber tomado el vuelo (39,9%), más de 11 puntos por encima de valor del conjunto de la muestra. En cambio, es entre los que se alojaron en casas particulares donde el aumento es menor (11,4%). Este último grupo es el que potencialmente podría estar más interesado en repetir la visita en invierno, pero comprende un porcentaje bajo de la muestra (17,7%) y el incremento en la probabilidad de hacer la visita ejercido por el vuelo de bajo coste también es reducido.

La diferencia de  $\Delta p$  entre los dos segmentos de cada una de las ocho preguntas es estadísticamente significativa en todos los casos excepto cuando se compara el número de adultos que conforman los grupos (dos o más de tres). Es estadísticamente significativa a un nivel de confianza del 95% por lo que se refiere a edad (<25 años o entre 35-54), número de pernoctaciones ( $\leq 7$  o  $> 7$ ) y si era o no la primera vez que visitaban el destino. Finalmente, son estadísticamente significativas a un nivel de confianza del 99% las diferencias en la razón principal de haber ido hasta Reus (distancia o precio), en el tipo de alojamiento (hotel o casa particular), en la estructura del grupo (familia con niños menores de 13 años o familiares adultos mayores de 35) y lugar de vacaciones (Salou o resto de la provincia de Tarragona).

Destaca la diferencia obtenida teniendo en cuenta el tipo de alojamiento (hotel – casa particular) y la razón principal para haber volado al aeropuerto de Reus (precio – distancia). Pero también la influencia es mayor en aquellos que estuvieron en Salou que en los que estuvieron en el resto de la provincia de Tarragona, en los menores de 25 años que en aquellos entre 35 y 54<sup>4</sup>, entre los que era su primera visita al destino, entre los que pasaron como máximo 7 noches y en los que el grupo estaba estructurado en familia con niños menores de 13 años que en aquellos que eran familiares adultos mayores de 25.

Como combinación de las anteriores ocho preguntas, el mayor incremento en la probabilidad (51,6%) se da en aquellos pasajeros que cumplen con el siguiente perfil (son 10 casos que sólo representan un 3% de la muestra):

- localidad: Salou
- tipo de alojamiento: hotel
- pernoctaciones: máximo 7 noches
- estructura de grupo: familia con niños menores de 13 años
- número de adultos en el grupo: 2
- edad: menores de 25 años

---

4  $\Delta p$  de los mayores de 64 años es 25,3%, pero representan menos del 10% del total de la muestra.

- primera vez que visitaban el destino
- razón principal de haber escogido el aeropuerto de Reus: precio económico del vuelo.

En cambio, ningún pasajero estuvo alojado en casas particulares situadas en «resto de la provincia de Tarragona» durante más de 7 noches, formando un grupo de más de 3 familiares adultos mayores de 35 años que no era la primera vez que viajaban al destino y en que la razón principal era la distancia al aeropuerto. El segmento con un menor aumento de la probabilidad (6,1%), son aquellos turistas alojados en una casa de su propiedad. No obstante, representan menos del 10% de la muestra.

Dejando a un lado los segmentos extremos mencionados anteriormente, en la tabla 7 se muestran aquellos con un menor y mayor incremento en la probabilidad, todos ellos representando más del 10% de la muestra. Los valores más bajos de  $\Delta p$  se dan en:

- a) Turistas que se alojaron en una casa particular (propia, de amigos o de familiares) y no situada en la Costa Dorada central ni en la ciudad de Tarragona, es decir, en el resto de la provincia de Tarragona.
- b) Turistas que se alojaron en una casa particular y que no era la primera vez que visitaban el destino.

En el primer caso el aumento de la probabilidad no llega al 10%, superando por poco este umbral en el segundo caso. También se puede observar como la probabilidad de haber ido al destino aunque la ruta de vuelos de bajo coste no hubiera estado disponible es de más del 86%.

**Tabla 7**  
**ANÁLISIS POR SEGMENTOS SELECCIONADOS (II)**

	Casa particular en «resto de la provincia de Tarragona»	Casa particular y no era la 1ª visita al destino
N	37	51
k	0,684	0,690
1-c	0,865	0,863
$\Delta p$	0,098	0,102
	1ª visita al destino y precio del vuelo	Hotel de Salou, primera visita al destino y precio del vuelo
N	60	36
k	0,842	0,831
1-c	0,485	0,442
$\Delta p$	0,444	0,467

En el lado opuesto, con un  $\Delta p$  superior al 44% y con una influencia (k) de los vuelos por encima del 80% se encuentran:

- a) Turistas que era su primera visita al destino y que la razón principal para tomar el vuelo hasta Reus era el precio económico del mismo.
- b) Turistas que visitaban por primera vez Salou, alojados en un hotel y que la razón principal para tomar el vuelo hasta Reus era el precio económico del mismo.

Finalmente, en el caso del segmento mayoritario en la muestra que sólo tiene en cuenta la localidad y el tipo de alojamiento (Salou y hotel), que representa más de la mitad del total de la muestra, el valor de  $\Delta p$  es de 33,9% mientras que el valor de 1-c es de 56,1%. Más de cinco puntos por encima del promedio en el primer caso y siete puntos por debajo en el segundo caso. Es decir, menos «leales» al destino y con una mayor influencia ejercida por la disponibilidad de vuelos de bajo coste.

## 5. CONCLUSIONES

El análisis sociodemográfico de los turistas ingleses que viajaron hasta el aeropuerto de Reus en un vuelo de bajo de coste procedente del aeropuerto de East Midlands (Inglaterra) y pasaron sus vacaciones en la Costa Dorada y el conjunto de la provincia de Tarragona, muestra que predominan aquellos que estuvieron alojados en un hotel de Salou. La estructura de grupo más habitual es la de familias con niños menores de 13 años o bien familiares adultos de más de 35 años. Más de la mitad de los encuestados tienen edades comprendidas entre 35 y 54 años. Aunque predominan los que no es la primera vez que visitaron el destino, aún hay un porcentaje elevado de los que manifestaron que era su primera vez (42,8%). Finalmente, dos factores son los que monopolizan la respuesta a la pregunta sobre cuál fue la principal razón para viajar hasta Reus: el precio del vuelo (39,1%) y, principalmente, la distancia entre el aeropuerto y el destino donde estarían alojados durante sus vacaciones (47,9%).

Los resultados de este estudio demuestran claramente que la introducción de los vuelos de bajo coste entre los aeropuertos de East Midlands y Reus ha traído nuevos turistas a un destino maduro como es la Costa Dorada. En concreto, el aumento en la probabilidad de visitar el destino debido a la existencia de la ruta, calculado mediante el método conocido como Causal Chain Approach, es del 28,4%. No obstante, también se ha demostrado que el conjunto de la provincia de Tarragona es un destino con un elevado grado de estabilidad en relación a la llegada de turistas ingleses, puesto que la misma metodología nos indica que un 63,3% hubieran visitado el destino aunque la ruta de vuelos de bajo coste no hubiera estado disponible. No hay ninguna duda que el precio del billete del vuelo es un factor importante en la toma de decisión. No obstante, no es el principal factor en el estudio de caso examinado. Los turistas también le dan mucha importancia a cómo llegar al lugar donde pasar las vacaciones.

Por otro lado, también se ha demostrado que el turismo de masas no debe ser considerado como un mercado homogéneo, tampoco en relación a la influencia ejercida por los vuelos de bajo coste en la toma de decisión de escoger un destino. Por ejemplo, es



mucho mayor en aquellos turistas alojados en hoteles que en aquellos que estuvieron en casas particulares, ya sean propias o de amigos y familiares. También es mayor en aquellos que era la primera vez que visitaban el destino, así como en los más jóvenes o en aquellos grupos formados por familias con niños menores de 13 años. Más de la mitad de la muestra analizada se corresponde con la de turistas alojados en hoteles de Salou. En este segmento, el incremento en la probabilidad de la visita es de 33,9%, más de cinco puntos por encima del promedio del conjunto de la muestra. En cambio, la probabilidad que hubieran viajado al destino aunque la ruta no hubiese estado disponible es del 56,1%, más de siete puntos por debajo del promedio.

Así pues, desde el punto de vista de las empresas turísticas situadas en el área de influencia de un aeropuerto regional como es el de Reus, la introducción de rutas de vuelos de bajo coste incrementa, sin ninguna duda, el número de clientes en relación a aquellos que de todas maneras hubieran ido al destino si no hubiesen estado disponibles los vuelos. Por consiguiente, el volumen de negocio, como mínimo en números absolutos, también aumenta. No obstante, en el caso de estudio analizado, el mercado principal es el de aquellos turistas que pueden ser considerados como bastante leales al destino. Ahora bien, aunque la resiliencia de la Costa Dorada a los posibles efectos generados por la supresión (o introducción) de rutas de vuelos de bajo coste en el aeropuerto de Reus es importante, sería aconsejable que los empresarios del sector turístico, especialmente del sector hotelero, siguiesen implementando estrategias para mantener y generar una clientela fiel. Los turistas que han visitado por primera vez el destino aún representan un porcentaje elevado. De esta manera se podría reducir el número de turistas que no hubiesen escogido el destino en el caso de que no hubiese estado disponible la ruta de vuelos de bajo coste.

Sería de interés que en otras rutas, tanto del aeropuerto de Reus como de otros aeropuertos regionales situados en destinos turísticos maduros, se implementaran encuestas similares a la realizada en este estudio con el objetivo de conocer la influencia ejercida por la rutas de vuelos de bajo coste en la toma de decisión de los turistas, cosa que permitiría conocer el grado de similitud en los resultados.

Por otro lado, añadiendo a la encuesta las preguntas oportunas, este tipo de aproximación también puede ser de gran utilidad para comprobar si existe una masa crítica de visitantes leales al destino que haga atractiva para la compañía aérea la presencia de la ruta durante todo el año. Sin disponer de datos directos, en el caso de la ruta de vuelos de bajo coste entre los aeropuertos de East Midlands y Reus, los resultados indicarían que para la compañía no sería viable mantenerla en invierno. Esta conclusión se justifica en que si asumimos que el mercado potencial de turistas ingleses en ese periodo de tiempo son grupos de familiares adultos que se alojan en casas particulares (propias, de amigos o de familiares), se trata de un segmento que no representa un porcentaje importante del conjunto de turistas que utilizan la ruta en primavera y en verano. Además, en este grupo la influencia ejercida en la selección del destino por el hecho de que la ruta esté disponible es mucho menor.

Finalmente, en un marco de un continuo aumento del precio de los carburantes de los aviones y de las tasas aeroportuarias que las compañías tienen que pagar, la información tanto sobre la influencia ejercida por las rutas de vuelos de bajo coste en la toma de decisión de los turistas a la hora de escoger un destino como sobre la magnitud del mercado que puede ser considerado leal al mismo, es crucial en el momento de negociar con las

compañías aéreas la necesidad de establecer apoyo financiero y la cantidad y condiciones del mismo. Más aún si este tipo de investigación se utiliza para cuantificar no el impacto económico de una ruta de vuelos de bajo coste en un destino, sino el impacto generado por el incremento en la probabilidad de la visita a ese mismo destino ejercida por el hecho que existe un ruta de vuelos de bajo coste.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- AENA (2010). *Memoria 2009*. Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea. Disponible en [http://www.aena.es/csee/ccurl/949/320/portada-indice\\_ES.pdf](http://www.aena.es/csee/ccurl/949/320/portada-indice_ES.pdf)
- AENA (2011). *Memoria 2010*. Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea. Disponible en [http://www.aena.es/csee/ccurl/278/189/AENA\\_memoriaAnual2010\\_i.pdf](http://www.aena.es/csee/ccurl/278/189/AENA_memoriaAnual2010_i.pdf)
- AENA (2012). *Memoria 2011*. Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea. Disponible en <http://www.aena.es/csee/ccurl/402/481/memoria-2011-v2.pdf>
- ANTON CLAVÉ, S. (2010): «Leisure parks and destination redevelopment: the role of Port Aventura, Catalonia», *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, nº 2, pp. 67-79.
- BARRET, S. (2004a): «How do the demands for airport services differ between full-service carriers and low-cost carriers?», *Journal of Air Transport Management*, nº 10, pp. 33-39.
- BARRET, S. (2004b): «The sustainability of the Ryanair model», *International Journal of Transport Management*, nº 2, pp. 89-98
- BEL, G. (2009): «How to compete for a place in the world with a hand tied behind your back: the case of air transport services in Girona», *Tourism Management*, nº 30, pp. 522-529.
- BIEGER, T. y WITTMER, A. (2006): «Air transport and tourism – perspectives and challenges for destinations, airlines and governments», *Journal of Air Transport Management*, nº 12, pp. 40-46.
- BRUECKNER, J.K. (2003): «Airline traffic and urban economic development», *Urban Studies*, nº 40, pp. 1455-1469.
- CASTILLO-MANZANO, J.I. y MARCHENA-GÓMEZ, M. (2011): «Analysis of determinants of airlines choice: profiling the LCC passenger», *Applied Economics Letters*, nº 18, pp. 49-53.
- CASTILLO-MANZANO, J.I., LÓPEZ-VALPUESTA, L. y GONZÁLEZ-LAXE, F. (2011): «The effects of the LCC boom on the urban tourism fabric: the viewpoint of tourism managers», *Tourism Management*, nº 32, pp. 1085-1095.
- CIVIL AVIATION AUTHORITY (2006): No-frills carriers: revolution or evolution? CAP 770. Londres, UK Civil Aviation Authority.
- CORTÉS-JIMÉNEZ, I., ANTON CLAVÉ, S., SALADIÉ, O., FERNANDEZ YOUNG, A. y YOUNG, R. (2014): «Evaluating the positive externality caused by a low-cost flight route: the case of Ryanair from East Midlands airport in England to Reus airport in Catalonia», *Tourism Economics* (aceptado).
- DAVISON, L. y RYLEY, T. (2010): «Tourism destination preferences of low-cost airline users in the East Midlands», *Journal of Transport Geography*, nº 18, pp. 458-465.

- De WIT, J.G. y ZUIDBERG, J. (2012): «The growth limits of the low cost carrier model», *Journal of Air Transport Management*, nº 21, pp. 17-23.
- DIACONU, L. (2012): «The evolution of the European low-cost airlines' business models. Ryanair case study», *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, nº 62, pp. 342-346.
- DIRECCIÓ GENERAL DE TURISME (2011): *Catalunya turística en xifres 2010*. Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya. Disponible en [http://www.gencat.cat/diue/doc/doc\\_49953144\\_1.pdf](http://www.gencat.cat/diue/doc/doc_49953144_1.pdf)
- DONZELLI, M. (2010): «The effect of low-cost air transportation on the local economy evidence from Southern Italy», *Journal of Air Transport Management*, nº 16, pp. 121-126.
- DURO, J.A. (2012): *Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques 2005-2010*. Observatori del turisme de Catalunya. Generalitat de Catalunya.
- DUVAL, D.T. (2013): «Critical issues in air transport and tourism», *Tourism Geographies*, nº 15, pp. 494-510.
- FERNANDEZ YOUNG, A. y YOUNG, R. (2008): «Measuring the effects of film and television on tourism to screen locations: a theoretical and empirical perspective», *Journal of Travel & Tourism Marketing*, nº 24, pp. 195-212.
- FRANCIS, G., DENNIS, N., ISON, S. y HUMPHREYS, I. (2007): «The transferability of the low-cost model to long-haul airline operations», *Tourism Management*, nº 28, pp. 391-398.
- FRANCIS, G., FIDATO, A. y HUMPHREYS, I. (2003): «Airport-airline interaction: the impact of low-cost carriers on two European airports», *Journal of Air Transport Management*, nº 9, pp. 267-273.
- GÁMIR ORUETA, A. y RAMOS PÉREZ, D. (2011): «Los pequeños aeropuertos regionales de la España peninsular: dinámicas recientes y perspectivas de futuro», *Eria*, nº 84-85, pp. 77-102.
- GILLEN, D. y LALL, A. (2004): «Competitive advantage of low-cost carriers: some implications for airports», *Journal of Air Transport Management*, nº 10, pp. 41-50.
- GRAHAM, A. (2006): «Have the major forces driving leisure airline traffic changed?», *Journal of Air Transport Management*, nº 12, pp. 14-20.
- GRAHAM, A. y DENNIS, N. (2010): «The impact of low cost airline operations to Malta», *Journal of Air Transport Management*, nº 16, pp. 127-136.
- GREEN, R.K. (2007): «Airports and economics development», *Real Estate Economics*, nº 35, pp. 91-112.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2013): *Balance del turismo año 2012. Resultados de la actividad turística en España*. Madrid. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Gobierno de España.
- MALIGHETTI, P., PALEARI, S. y REDONDI, R. (2009): «Pricing strategies of low-cost airlines. The Ryanair case study», *Journal of Air Transport Management*, nº 15, pp. 195-203.
- MARTÍNEZ, E., BARCELÓ, M.A., CAPARRÓS, M. y MARTÍNEZ, J. (2005): *El perfil de l'usuari dels vols de baix cost de l'aeroport de Girona-Juliol i setembre de 2005*. Girona, Patronat de Turisme Costa Brava-Girona.
- MARTÍNEZ-GARCIA, E. y RAYA, J.M. (2008): «Length of stay for low-cost tourism», *Tourism Management*, nº 29, pp. 1064-1075.

- MARTÍNEZ-GARCIA, E. y ROYO-VELA, M. (2010): «Segmentation of low-cost flights users at secondary airports», *Journal of Air Transport Management*, nº 16, pp. 234-237.
- MASON, K.J. (2005): «Observations of fundamental changes in the demand for aviation services», *Journal of Air Transport Management*, nº 11, pp. 19-25.
- MASON, K.J. y ALAMDARI, F. (2007): «EU network carriers, low cost carriers and consumer behaviour: a delphi study of future trends», *Journal of Air Transport Management*, nº 13, pp. 299-310.
- O'CONNELL, J.F. y WILLIAMS, G. (2005): «Passengers' perceptions of low cost airlines and full services carriers: a case study involving Ryanair, Aer Lingus, Air Asia and Malaysia Airlines», *Journal of Air Transport Management*, nº 11, pp. 259-272.
- O'SULLIVAN, M. y GUNNIGLE, P. (2009): «Bearing all the hallmarks of oppression». Union avoidance in Europe's largest low-cost airline», *Labor Studies Journal*, nº 34, 252-270.
- PANTAZIS, N. y LIEFNER, I. (2006): «The impact of low-cost carriers on catchment areas of established international airports: the case of Hanover airport, Germany», *Journal of Transport Geography*, nº 14, pp. 265-272.
- PRATT, S.; McCABE, S., CORTÉS-JIMÉNEZ, I. y BLAKE, A. (2009): «Measuring the effectiveness of destination marketing campaigns: Comparative analysis of conversion studies», *Journal of Travel Research*, nº 49, pp. 179-190.
- QUINTILIANI, F. (2009): «International tourism in the coastal regions of five Mediterranean countries», *Tourism Analysis*, nº 14, pp. 353-373.
- RAMOS PÉREZ, D., GÁMIR ORUETA, A. y ESCALONA ORCAO, A.I. (2013): «Ayudas públicas y oferta de servicios aéreos en los aeropuertos españoles (1996-2010)», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 61, 25-46.
- REY, B. e INGLADA, V. (2006): «Evolución reciente de las compañías de bajo coste en Europa. Una referencia al caso de España», *Economista*, nº extraordinario, pp. 100-107.
- RYAN, C. y BIRKS, S. (2005): «Passengers and low cost flights: evidence from the Trans-Tasman routes», *Journal of Travel & Tourism Marketing*, nº 19, 15-27.
- VERA REBOLLO, J.F. e IVARS, J. (2009): «Spread of low-cost carriers: tourism and regional policy effects in Spain», *Regional Studies*, nº 43, pp. 559-570.
- WARNOCK-SMITH, D. y POTTER, A. (2005): «An exploratory study into airport choice factors for European low-cost airlines», *Journal of Air Transport Management*, nº 11, pp. 388-392.
- WILLIAMS, A.M. y BALAZ, V. (2009): «Low-cost carriers, economies of flows and regional externalities», *Regional Studies*, nº 43, pp. 677-691.
- WILLIAMS, G. (2001): «Will Europe's charter carriers be replaced by «no-frills» scheduled airlines?», *Journal of Air Transport Management*, nº 7, pp. 277-286.
- YOUNG, R., FAURE, M. y FENN, P. (2004): «Causality and Causation in Tort Law», *International Review of Law and Economics*, nº 24, pp. 507-523.
- YOUNG, R., FAURE, M., FENN, P. y WILLIS, J. (2007): «Multiple Tortfeasors: An Economic Analysis», *Review of Law and Economics*, nº 3, Paper 7.
- YOUNG, R., FERNANDEZ YOUNG, A. y WU, M. (2005): «Causing Tourism», en SINCLAIR, T. (Ed.) *Proceedings of the 4<sup>th</sup> DeHaan Tourism Conference*, Nottingham, Tourism. and Travel Research Institute, University of Nottingham, pp. 32-41.

YOUNG, R., FERNANDEZ YOUNG, A., PARKIN, J. y DIAMOND, A. (2010): «Assessing the economic impact of culture in English market towns: a causal chain approach», *Tourism Economics*, nº 16, pp. 925-951.