



Vol. 12, Nº 27 (diciembre / dezembro 2019)

ISSN 1988-5261

FACTORES DETERMINANTES EN LA FACTIVIDAD DE UNA RUTA AEREA, PERSPECTIVA DE LA DEMANDA: EL CASO MANTA-CUENCA

Dra. Estefania M. Basurto-Cedeño, Ph.D.

Universidad de Florida.
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
ebasurto@ufl.edu¹

Ing. Anthony Navarrete

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
ebasurto@ufl.edu²

Ing. Leonor Villacreses

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
ebasurto@ufl.edu³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Estefania M. Basurto-Cedeño, Anthony Navarrete y Leonor Villacreses (2019): "Factores determinantes en la factividad de una ruta aérea, perspectiva de la demanda: el caso Manta-Cuenca", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 27 (diciembre / dezembro 2019). En línea:
<https://www.eumed.net/rev/turydes/27/ruta-aerea-manta-cuenca.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes27ruta-aerea-manta-cuenca>

RESUMEN

El trabajo tiene como objeto examinar la aceptación de la ruta MEC-CUE-MEC entre los ciudadanos de Manta, así como identificar potencialidades y tendencias de viajes considerando la opinión de una muestra de la población cuencana con el objeto de validar los resultados mediante triangulación.

¹ Doctor of Philosophy, University of Florida (2018)

Master en Gestión y Desarrollo Turístico, Universidad de Alicante (2012)

Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, Universidad Católica Santiago de Guayaquil (2009)

Representante del Tourism Crisis Management Initiative de la Universidad de la Florida, para Latinoamérica

Profesora de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

² Ing. en Administración de Empresas Turísticas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Técnico docente Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

³ Ing. en Administración de Empresas Hoteleras de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Técnico docente Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

El diseño adoptado para este trabajo de investigación consta de dos fases, (1) una primera cualitativa en la que se establecen las características y ventajas comerciales y turísticas de la ciudad de Manta en base a la recopilación documental y las entrevistas con actores del sector turístico de la ciudad, y (2) una segunda cuantitativa que contempla el diseño e implementación de una herramienta de levantamiento de información estadística. La validez y fiabilidad de la herramienta fue analizada y confirmada mediante la implementación del test estadístico alfa de Cronbrach usando la versión 24 de SPSS, ($\alpha = 0.72$). La muestra de igual manera cumplió con los estándares de normalidad de la distribución y tamaño para asegurar generalización a la población de interés y con un número total de 984 encuestas válidas.

Palabras claves

Factibilidad, Rutas, Aéreas, Destino, Manta

Summary

This work aims to examine the acceptance of the MEC-CUE-MEC airline route among the citizens of Manta, to identify potentials travelers and trends considering the opinion of a sample population and validate results through triangulation.

The design adopted for this research consists of two phases, (1) a qualitative study which includes the commercial and tourist characteristics and the advantages of the city based on document analysis and interviews with stakeholders of the tourism sector.

The quantitative phase (2) contemplates the design and implementation of an instrument. The validity and reliability of the instrument were assessed and confirmed by the Cronbach alpha statistical test using SPSS version 24 ($\alpha = 0.72$). The sample also complied with the standards of normal distribution and size to ensure generalization to the population of interest and with a total number of 984 valid surveys.

Keywords

Feasibility, Routes, Air, Destination, Manta

1. LA AVIACION EN LA CIUDAD DE MANTA

La aviación en la ciudad de Manta se inicia en el año de 1940 con la construcción de una pista aérea de características básicas operada por la empresa PANAGRA en conjunto con el Ministerio de Obras Públicas del Ecuador (Márquez López et al., 2017). En 1974 la actividad aeronáutica de la ciudad de Manta empieza a mostrar un crecimiento significativo lo que demanda la construcción de una torre de control para vigilar el tráfico aéreo y en 1978 se inaugura la terminal aeroportuaria con la finalidad de dar un mejor servicio a los pasajeros que deseaban viajar desde y hacia la ciudad de Manta (Márquez López et al., 2017). Desde 1977 a 1978 las operaciones aéreas civiles y militares se multiplican en el puerto con la presencia de itinerarios frecuentes operados por la línea aérea TAME y con la apertura de la base de

operaciones de las Fuerzas Aéreas Ecuatoriana, ambas entidades que aún se mantienen operativas en el destino. En 1994 el aeropuerto Eloy Alfaro de Manta adquiere su condición de internacional, convirtiéndose en el cuarto aeropuerto de esta tipología en el Ecuador (Márquez López et al., 2017; Moreno, 2018). A pesar del desarrollo de la actividad aérea en la ciudad de Manta, la catapulta que impulsa el crecimiento acelerado de los vuelos nacionales e internacionales es el convenio con las Fuerzas Aéreas de Estados Unidos en 1999 en que se estipula la implementación de la Base FOL AEO4 y quienes reconstruyen la pista con una inversión de 60 millones de dólares, convirtiéndola en una de las mejores de Latinoamérica (Márquez López et al., 2017).

2. LA FACTORES DETERMINANTES EN LA DEMANDA

Mucho se ha escrito en cuanto a los factores que determinan la demanda de las rutas aérea, los cuales obedecen a factores externos e internos de los destinos, así como a características demográficas y psicológicas de la población de interés (Benitez Rochel, 2000), los investigadores parecen coincidir en cuanto a la importancia de entender la demanda en la planificación integral aeroportuaria (Royo y Martinez, 2010; Suryani et al., 2010; Martínez Gracia et al., 2012). De acuerdo con Benitez Rochel (2000) los factores determinantes al examinar la viabilidad de una ruta aérea se pueden agrupar en tres segmentos: (1) factores económicos, (2) factores estructurales y (3) factores de calidad.

En cuanto a los factores económicos, se han determinado el nivel de ingresos, los precios de los boletos y el desarrollo económico del destino medido a través del producto interno bruto (PIB) como variables claves que afectan la demanda de nuevas rutas aéreas (Benitez Rochel, 2000; Marazzo, 2010; Royo y Martinez, 2010; Suryani et al., 2010; Martínez Gracia et al., 2012) en el que el nivel de ingresos y el PIB tienen una correlación positiva (directamente proporcional) y el costo del pasaje una correlación negativa (inversamente proporcional). De esta manera se deduce que entre mayores sean los ingresos de las personas, existe un aumento en el gasto por bienes y servicios menos esenciales. Cabe recalcar que de acuerdo con Benitez Rochel (2000) los viajes de negocios son menos sensibles a las variaciones económicas previamente descritas. Si bien las variables mencionadas presentan correlaciones estrechas, de acuerdo con Marazzo (2010) el precio del boleto y los ingresos son factores determinantes que no necesariamente pueden establecer conductas de compra a largo plazo, mientras que el crecimiento económico (PIB) si establece una relación favorable a largo plazo.

Con respecto a los factores estructurales del destino, se consideran variables como el tamaño de la población, la distancia en kilómetros entre los destinos dentro de una ruta, los modos alternativos de transporte, y el sistema de rutas establecidas. En la que el tamaño de la población y la distancia tienen una relación positiva con la demanda y los modos alternativos de transporte y el sistema de rutas establecidas presentan una relación negativa (Benitez Rochel, 2000).

En la relación con la percepción de calidad se aduce que la existencia de una mayor frecuencia aérea influye en los niveles de satisfacción del pasajero en mayor medida que el tamaño de la aeronave (Benitez Rochel, 2000; Suryani et al., 2010).

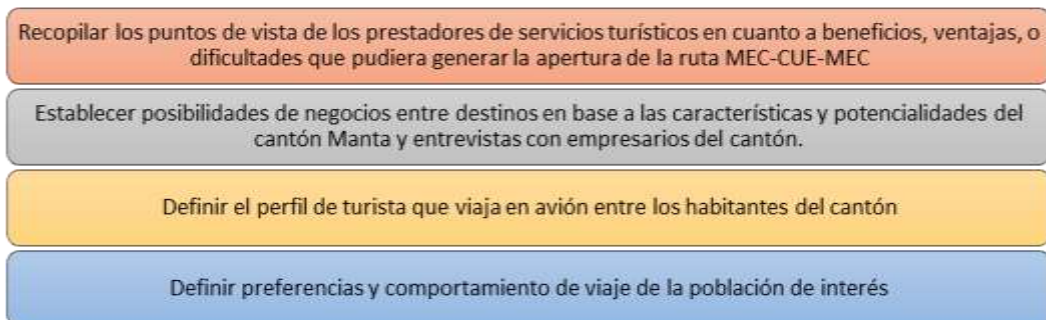
Para Suryani et al. (2010) se debe considerar un cuarto grupo de factores determinantes en el análisis de la demanda y es las características climáticas del destino y la calidad de la infraestructura de la terminal aeroportuaria. Con un enfoque similar Royo y Martínez (2010) y Martínez Gracia et al. (2012) mencionan factores como la demografía de la población, la experiencia de la aerolínea, programas de viajero frecuente, puntualidad y servicio de catering incluido en el vuelo.

3. NECESIDAD DE CONECTIVIDAD

Durante reuniones sostenidas con la Ministra de Turismo del Ecuador, La Cámara de Turismo, representante de la Dirección de Aviación Civil – Manta, equipo de investigación de ULEAM, Cámara de Turismo del Azuay y representantes de aerolíneas, se plantea la necesidad de investigar la factibilidad de una nueva ruta aérea para la ciudad de Manta, con el objeto de mejorar la conectividad del destino. Dentro de este contexto la posibilidad de un vuelo que conecte la ciudad con el Austro Ecuatoriano se vuelve plausible al existir la necesidad argumentada con la inclusión de las voces de la ciudadanía y empresarios turísticos.

Con el objeto de verificar la aceptación de la ruta MEC-CUE-MEC en la población mantense, un estudio secuencial de dos fases fue llevado a cabo por el equipo de investigación Facultad de Turismo de la ULEAM. El levantamiento de la información se realizó en los meses de mayo y junio de 2019 en puntos estratégicos de la ciudad, los mismos que fueron determinados en base a las sugerencias de 10 expertos en turismo familiarizados con el contexto.

El diseño de investigación se enfocó en cuatro puntos específicos:



4. CONTEXTO DEL ESTUDIO

4.1. Manta:

La ciudad de Manta ha mostrado un gran crecimiento industrial en los últimos años, que se confirma con la estabilidad de las empresas tradicionales y el florecimiento de nuevos emprendimientos industriales, de acuerdo a los registros de la Cámara de Comercio de la ciudad de Manta. La diversidad

de recursos turísticos, culturales y la potencialidad de la infraestructura y superestructura turística de la ciudad, así como los megaproyectos contemplados por las administraciones de gobierno (puerto de aguas profundas, aeropuerto, terminal de cruceros, etc.) constituyen ventajas competitivas que propician el desarrollo turístico y económico del puerto de Manta. En cuanto a la planta turística de la ciudad, el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) en el catastro unificado de mayo 2019, **registró 607 locales turísticos oficiales en la ciudad y 1606 si se toma en cuenta a todo Manabí**. Esta lista excluye todos los negocios informales que no se encuentran debidamente inscritos en el MINTUR. Por lo anteriormente expuesto, se deduce que la ciudad de Manta posee una planta turística lo suficientemente extensa para acoger a los turistas que provengan de la zona austral del Ecuador.

4.1.1. Características del Aeropuerto de Manta

El aeropuerto Eloy Alfaro de Manta se encuentra localizado en un punto geoestratégico para la distribución de rutas aéreas y cuenta con una de las mejores pistas en Latinoamérica en calidad y extensión. Si bien el edificio del terminal aéreo se encuentra en reconstrucción (tras el impacto del sismo del 16 de abril de 2016) se avizora un proyecto con altos estándares de calidad para asegurar la comodidad y satisfacción de los usuarios. Algunas de las características son:

- Capacidad de parqueo para 3 aeronaves tipo Airbus 320
- Descuento del 40% del combustible – sin aumento de tasas aeroportuarias
- Disponibilidad de espacio para el crecimiento del aeropuerto: de una pista 2852 metros con posibilidad de 800 metros más para la expansión
- Futuros servicios de la terminal en construcción: servicio de transporte, cafetería, rent-a-car, seguridad, locales comerciales

4.2. Cuenca

La ciudad de Cuenca es nacionalmente conocida como cuna del arte plástico donde se pueden encontrar artesanías impresionantes en oro, plata, barro, paja, lana, madera, etc. Adicionalmente Cuenca es cuna de afamados pintores y escultores de renombre mundial. Cuenca es uno de los principales destinos turísticos en Ecuador con 580000 visitantes registrados en el 2015, y con una tasa acelerada de crecimiento turístico del 13% anual, Cuenca también está catalogada como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la belleza de la arquitectura y es uno de los centros históricos mejor conservados de América Latina. La importancia de las manifestaciones culturales y la armonía del paisaje con las ruinas de los Cañarís y los Incas. Cuenca se ubica a 2538 metros sobre el nivel del mar, rodeado de preciosas montañas y ríos, y con una temperatura promedio de 14 a 18 ° C.

Desde 2002, la ciudad de Cuenca ha participado en una estrategia de desarrollo “pro-turismo”. Con ese propósito se creó la organización “Turismo para Cuenca”, la misma que está conformada por diferentes partes interesadas de la industria y la comunidad y tiene como objetivos principales promover

la ciudad como destino turístico, integrar los sectores de turismo y preservación, proteger los recursos naturales y patrimoniales, y garantizar la seguridad de los visitantes y emprendedores.

5. JUSTIFICACIÓN

El presente estudio se justifica en base a la solicitud de los actores del turismo de la ciudad de Manta, y su deseo argumentado de querer incrementar el número de turistas, incluyendo aquellos que provienen del Austro Ecuatoriano, y que de cierta manera se ha visto obstaculizado por la carencia de accesibilidad directa entre los dos territorios, tanto a nivel aéreo como terrestre.

El objetivo general para la creación de esta nueva ruta es ampliar el capital económico de las dos provincias, y sacar provecho a las características intrínsecas de ambas ciudades y de los destinos aledaños.

Mediante el presente trabajo de investigación, se permite evidenciar factores determinantes al momento de establecer la factibilidad de una ruta que facilite a turistas, comerciantes, y comunidad en general un mayor acceso y que favorezca un desplazamiento cómodo, rápido y continuo que ahorre tiempo y dinero.

6. METODOLOGIA

Para el presente estudio se utilizó un diseño mixto en el cual se constataba la viabilidad de la ruta Manta – Cuenca – Manta en dos etapas (Fig. 1). La primera etapa incluía dos estudios cualitativos implementados de forma simultánea en el que por una parte (1) se recababa la opinión de un grupo de expertos en turismo acerca de los beneficios, ventajas, dificultades, y oportunidades de la apertura de la ruta MEC-CUE-MEC, y por otra parte (2) se consultaba con conocidos empresarios y emprendedores del cantón las posibilidades de nuevos negocios entre ambos destinos bajo estudio.

La segunda etapa del estudio era de naturaleza cuantitativa e incluía una encuesta aplicada en gran escala a la población de interés en base a una herramienta desarrollada por los investigadores en la cual se buscaba obtener información acerca de los datos demográficos de los sujetos bajo estudio, preferencias, motivaciones, y capacidad de pago con el objeto de definir el perfil del viajero y el comportamiento de viaje de este.

Fig. 1 Diseño metodológico



La metodológica aplicada es de diseño mixto convergente que permite triangulación de resultados mediante la recolección y análisis de datos de forma simultánea (Creswell, 2014).

6.1. Fase cualitativa

Los estudios cualitativos son aconsejados cuando se necesita explorar a profundidad un fenómeno, y cuando información previa del tema bajo estudio no está a disposición del investigador (Padgett, 2016). En el presente estudio la fase cualitativa incluyó dos procesos de levantamiento de información y análisis paralelos. El primero (1) con los prestadores de servicios turísticos de la ciudad y el segundo (2) con los empresarios y emprendedores. Para ambos casos se utilizaron entrevistas con preguntas abiertas.

6.1.1. Estudio con los prestadores de servicios turísticos

Para el estudio con los prestadores de servicios turísticos se alcanzó muestra de 21 participantes. Las entrevistas fueron conducidas en el lapso de una semana hasta llegar a punto de saturación donde después de varias entrevistas no existía nueva información que acotara al entendimiento del objeto de estudio (Padgett, 2016).

Se utilizó el muestreo no probabilístico intencional a juicio del investigador a través de la técnica de "nominaciones" en la cual una lista de posibles participantes es generada mediante consulta con partes neutrales (Krueger, 2014). Adicionalmente los participantes entrevistados cumplieron con los criterios de pertinencia propuestos por Mitchell et al. (1997) de poder, legitimidad, y urgencia.

El criterio de (1) poder se definió como la posesión de conocimiento valioso y el acceso a la información y por lo tanto, los participantes debían estar en una posición jerárquica en la industria o Institución. (2) La legitimidad se definió en el estudio como la pertenencia del participante a un sector productivo específico; por lo tanto, eran individuos que actualmente estaban legalmente asociados con la

firma o institución; y (3) la urgencia se conceptualizó como la imperatividad del interés que tenían los participantes, en relación con la solicitud de atención inmediata al tema en estudio.

Las entrevistas se llevaron a cabo por vía telefónica por un lapso promedio de 30 minutos en que los participantes compartieron sus percepciones con relación a cuatro temáticas

- Comentarios generales de la ruta propuesta
- Ventajas y beneficios de la ruta propuesta
- Dificultades que podría presentar la ruta propuesta
- Oportunidades que podría presentar la ruta propuesta

Los entrevistadores tomaron apuntes durante el tiempo en que transcurrieron las entrevistas y la información recabada fue transcrita y analizada mediante análisis de contenido con marcos establecidos a priori (Schereir, 2012).

6.1.2. Estudio con los empresarios y emprendedores de la ciudad

Para el estudio con los empresarios y emprendedores se utilizó la misma metodología descrita para los prestadores de servicios turísticos, con la diferencia que el número de la muestra en este caso alcanzó cinco participantes antes de llegar a saturación, y que el tema de estudio estuvo orientado en entender y determinar las posibilidades de negocios que pudiesen generarse entre Manta y Cuenca en caso de que la ruta área se estableciera, mediante el uso de preguntas abiertas. La información recabada fue transcrita y analizada mediante convergencia de tendencias con marcos a post-hod (Schereir, 2012).

6.2. Fase Cuantitativa

6.2.1. Manta

La fase cuantitativa de este trabajo comprendió una encuesta en gran escala de la población mantense con el objeto de analizar la viabilidad de la ruta en base a los siguientes criterios:



El desarrollo de la herramienta de recolección de información atendió a los criterios previamente detallados a través de 20 preguntas de fácil entendimiento. El tiempo promedio de los participantes en completar la encuesta fue 3 minutos. El instrumento contaba con cuatro bloques de preguntas: (1) seis

preguntas de demografía, (2) seis preguntas de comportamiento de viaje, (3) cinco preguntas acerca del interés y motivación de visitar Cuenca, y (4) tres preguntas para establecer preferencias entre la ruta propuesta.

La vialidad de la herramienta fue alcanzada mediante validez de contenido con el escrutinio de 5 expertos investigadores en turismo que revisaron la herramienta y determinaron que efectivamente incluía todas las preguntas necesarias para permitir la elaboración del perfil del turista, su capacidad de pago, voluntad de pago, preferencias y motivaciones, así como sus características al momento de viajar.

La población de interés para el estudio fueron los habitantes de Manta. El tamaño de la población de acuerdo a las proyecciones del INEC fue de 300000. El nivel de confianza deseado de acuerdo con los parámetros de rigurosidad de los estudios sociales fue del 95%, con un intervalo de confianza de 5 (Dillman et al., 2014). Para disminuir el error de muestreo, el tamaño de la muestra se definió utilizando la fórmula de población finita (Fowler, 2013; Dillman et al., 2014).

$$n = \frac{(N * p * q)}{[(N - 1) * \left(\frac{MoE}{z}\right)^2 + (p * q)]}$$

Donde:

n = tamaño de muestra completo necesario para el nivel de precisión deseado

N = es el tamaño de la población

p = la proporción que se está probando

q = 1-p

MoE = el margen deseado de error de muestreo

Z = la puntuación z o el valor crítico para el nivel de confianza deseado.

Con el uso de la fórmula, el error de muestreo disminuye por debajo del 5 por ciento. El tamaño de muestra completo sugerido para alcanzar tendencia y generalización debía ser de al menos 384 participantes. Sin embargo, con la finalidad de aumentar los niveles de confianza y reducir el error de muestreo, el tamaño de la muestra se duplicó (aumento del tamaño de la muestra) alcanzando una **muestra viable de 984**, muy por encima del requisito mínimo.

Los lugares establecidos para recolección de información fueron designados mediante consulta con expertos investigadores con amplia experiencia en el contexto bajo estudio, y que se establecieron como puntos clave donde poder encontrar participantes que correspondan al mercado objetivo de ciudadanos que usan o podrían usar transporte aéreo. Así mediante consenso 8 expertos mencionaron que los puntos de recolección de información para el estudio deberían ser en (1) estratégicos puntos geográficos de la ciudad, y (2) a través de redes sociales oficiales del sector.

Los puntos definidos para levantamiento de información se encuentran detallados en la Tabla 1:

Tabla 1. Puntos de recolección de información

Puntos de recolección de información		
Tipo de lugar de información	Lugar de recopilación de información	Método
Punto geográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Aeropuerto • Mall del pacífico • Hoteles 4 y 5 estrellas de la ciudad • Ferias • Instituciones educativas privadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas impresas en papel • Uso de tablets
Redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook y Twitter de la Camara de Turismo de Manta 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de links
Email al catastro del MINTUR		

La recolección de información se llevó a cabo en 20 ocasiones a lo largo del mes de mayo y junio de 2019 con la ayuda de estudiantes de octavo nivel de la carrera de Turismo de la ULEAM. Los entrevistadores fueron previamente capacitados por la líder del proyecto y se estandarizó la posible interacción (entrevistado-entrevistador) con el objeto de disminuir el sesgo por interacción.

Los participantes incluidos en la muestra fueron ecuatorianos mayores de 18 años que se encontraban en los lugares preestablecidos de levantamiento de información.

De acuerdo con Dillman et al. (2014) con la finalidad de hacer frente al error de no respuesta de los participantes varios métodos de recopilación deben ser empleados en las encuestas. Por tal razón el presente estudio contempló recolección de información mediante (1) encuestas impresas en papel, (2) encuestas distribuidas vía email, (3) encuestas posteadas vía redes sociales, y (4) encuestas llenadas en tabletas ubicadas en puntos estratégicos de recolección de información.

La totalidad de las encuestas fueron direccionadas para su procesamiento a través del software Qualtrics de la Universidad de Florida, registrando un total de 1200 intentos y 984 encuestas completadas, dándonos un coeficiente de respuesta del 82% el mismo que se considera altamente exitoso en las ciencias sociales (Dillman et al., 2014).

La información recabada en Qualtrics fue posteriormente exportada en formato SPSS para ser analizadas por el software estadístico utilizando estadística descriptiva y estadística inferencial mediante análisis de correlación, ANOVA y regresión múltiple fundamentada en los resultados.

6.2.2. Cuenca

Con la finalidad de confirmar que los resultados del estudio eran similares en Cuenca, se elaboró un instrumento dirigido a los ciudadanos de esta ciudad de un grupo limitado de empresarios y miembros del sector turístico. Se enviaron 100 links a través de correos electrónicos obteniendo un coeficiente de respuestas del 91%. Si bien la muestra no nos permite lanzar generalizaciones de la población de interés, si nos ayuda a comparar tendencias.

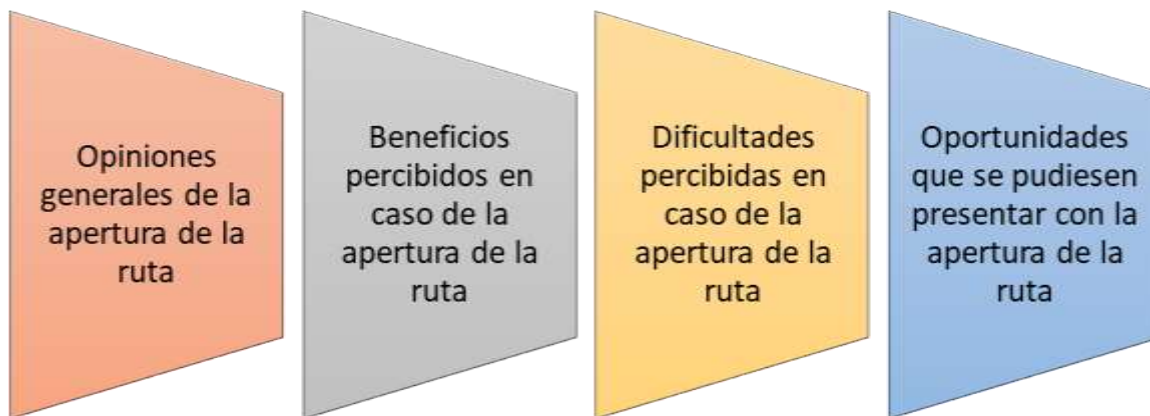
7. RESULTADOS

Los resultados se presentarán de acuerdo con las fases de estudio previamente establecidas.

7.1. Estudio con los prestadores de servicios turísticos

El estudio con los prestadores de servicios turísticos se realizó por vía telefónica. Los entrevistadores concretaron previamente cita y las entrevistas duraron en promedio 30 minutos. Un total de 21 participantes fueron incluidos, dos de la academia, uno de fundaciones turísticas, uno de la Dirección de Aviación Civil, tres de agencias de viaje, dos de los gremios, tres hoteleros, uno de entretenimiento, uno de los eventos, y seis de restaurantes y bares. La muestra guarda relación con la distribución del catastro de la ciudad que consta en los registros del MINTUR.

Durante la fase cualitativa las temáticas giraron en base a cuatro ejes:



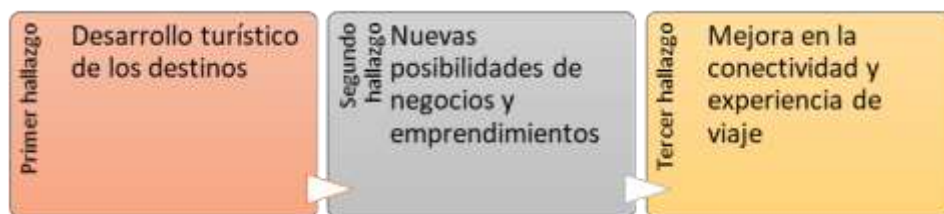
De forma general los participantes entrevistados tienen una perspectiva favorable ante la apertura de la ruta. Entre los beneficios percibidos están la facilidad de transportación de docentes entre las Universidades de Manabí y el Austro para la oferta de programas de pregrado y postgrado. Otro tema recurrente en las entrevistas es la posibilidad de un aumento del número de visitantes provenientes de la zona austral del Ecuador gracias a la ampliación de la conectividad entre las ciudades de Manta y Cuenca lo que favorecería el desarrollo turístico de ambos destinos. En referencia a este tema uno de

los participantes manifestó: *“Llegarían turistas de Cuenca que no lo hacen porque les queda muy lejos y prefieren ir a Salinas”*, otro participante mencionó *“La apertura de esta ruta brindaría la oportunidad que más turistas conozcan nuestra tierra dando como resultado beneficios económicos para la ciudad”*, *“La tasa de ocupación de los hoteles aumentarían considerablemente”*.

Otro tema abordado por la mitad de los participantes fue la posibilidad de nuevos emprendimientos de naturaleza turística por parte de inversores del austro: *“Si se diera lo de la ruta Manta – Cuenca, sería ideal para aquellos que están emprendiendo en un local nuevo”*, *“Fortalecería los lazos de negocios con los operadores de Cuenca incluso fuera del sector turístico”*, *“Surgirían nuevos emprendimientos, no solo turísticos”*.

Finalmente, el otro eje importante en el que giró la conversación fue el beneficio percibido de la facilidad de viaje y comodidad que influiría en los niveles de satisfacción de los turistas provenientes del Azuay.

De los 21 participantes solo uno manifestó que el mercado objetivo no presentaría beneficios para su negocio.



7.2. Estudio con los empresarios

Las entrevistas con los empresarios de la ciudad de “Manta”, se establecieron vía telefónica, con un tiempo promedio de 20 minutos de duración, se lo realizó a un total de 5 empresarios de los diferentes sectores productivos de la ciudad, con la finalidad de conocer las oportunidades de negocios que se podrían presentar con la apertura de la ruta aérea Manta – Cuenca – Manta.

De forma general los empresarios manifestaron una postura positiva ante la apertura de la ruta Manta – Cuenca – Manta. Un miembro del sector textil mencionó: *“Existen oportunidades de establecer lazos de negocios... es una nueva ventana para promocionar y posicionar la marca”*, en concordancia uno de los miembros del sector del procesamiento de los derivados del banano, manifestó *“tendríamos oportunidad de establecer nuevas alianzas, para la comercialización de nuestros productos, en el destino Cuenca”*. Otro sector abordado fue el inmobiliario, del cual algunos participantes hicieron énfasis en la posibilidad de apuntar al mercado de residentes canadienses en la ciudad de Cuenca *“Cuenca es un destino que tiene un alto grado de residentes canadienses insatisfechos, por las condiciones climáticas que el destino presenta y que podrían optar por una opción de residencia más cálida”*, así también un participante que representa al sector de la pesca considera la viabilidad de generar negocios desde la diversificación de su producto, creando alianzas y posicionando los productos en supermercados del

destino, en esta misma línea un miembro del sector ganadero mencionó *“la apertura de esta ruta Manta – Cuenca - Manta, nos permitirá el traslado de pasajeros, pero así mismo facilitará el traslado de carga, de acuerdo al tipo de intercambio de productos que se generen de las alianzas entre ambos destinos”*.

7.3. Resultados del estudio cuantitativo en Manta

El presente estudio se realizó en la ciudad de Manta, durante los meses de mayo y junio de 2019 con una muestra válida de 984 encuestas recopiladas en distintos sitios estratégicos de la ciudad y que se encuentran detallados y justificados en el apartado de metodología.

La recopilación de información se llevó a cabo en varias etapas en el lapso de siete semanas desde el 13 de mayo al 28 de junio de 2019. Varios métodos de recolección de información se emplearon como (1) encuestas en papel, (2) encuestas con tabletas, y (3) difusión de link a través de redes sociales.

La muestra presentó niveles normales de distribución de los datos, y la consistencia interna de la herramienta alcanzó el coeficiente de 0.72 en el alfa de Cronbrach usando la versión 28 de SPSS demostrando altos niveles de confiabilidad para la generalización de resultados a la población de interés.

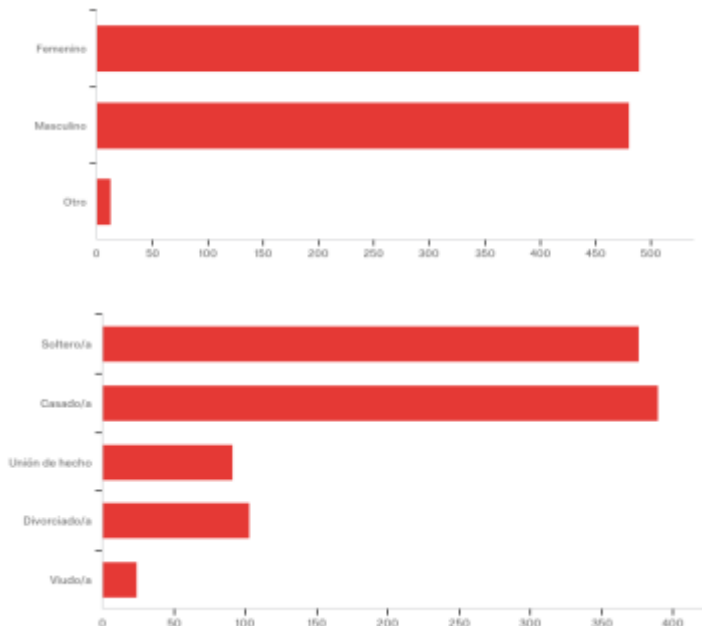
Resultados del perfil del viajero

Para determinar el perfil del viajero del destino se incluyeron seis preguntas de carácter demográfico que se encuentran resumidos en la figura 2 :

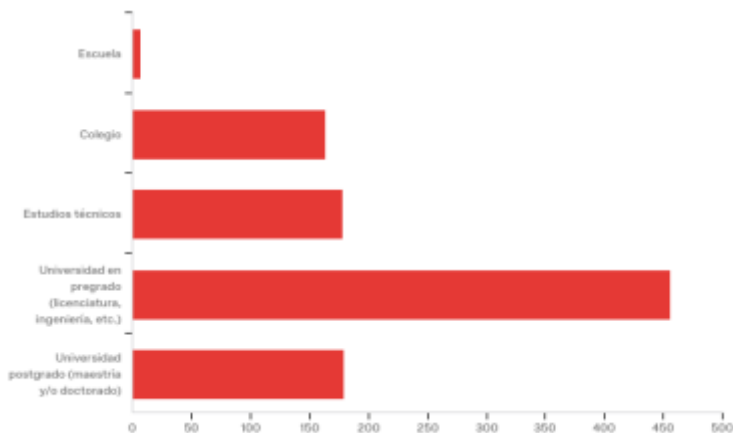
Figura 2. Resumen del perfil del viajero



La muestra presentó una distribución bastante equitativa con 49.80% de hombre, 48.88% de mujeres y un 1.32% que se consideraban de otro género. En cuanto al estado civil existió una participación mayoritaria de personas casada (39.63%), seguidas por un 38.21% de solteros, 10.47% de divorciados, 9.25% en unión de hecho, y 2.44% de viudos.

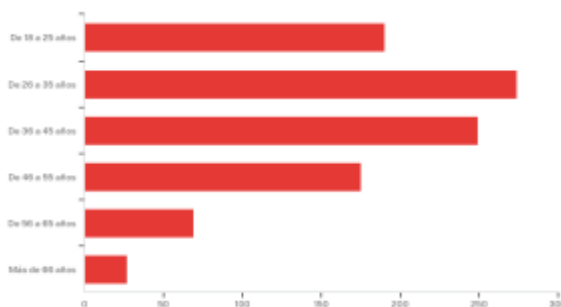


De forma mayoritaria (46.34%) los participantes declararon haber culminado estudios universitarios de pregrado, mientras que el 18.19% eran profesionales a nivel de postgrado. Un 18.09% tenían estudios técnicos, 16.67% eran bachilleres y solo un 0.71% menciono haber solo realizado estudios primarios.

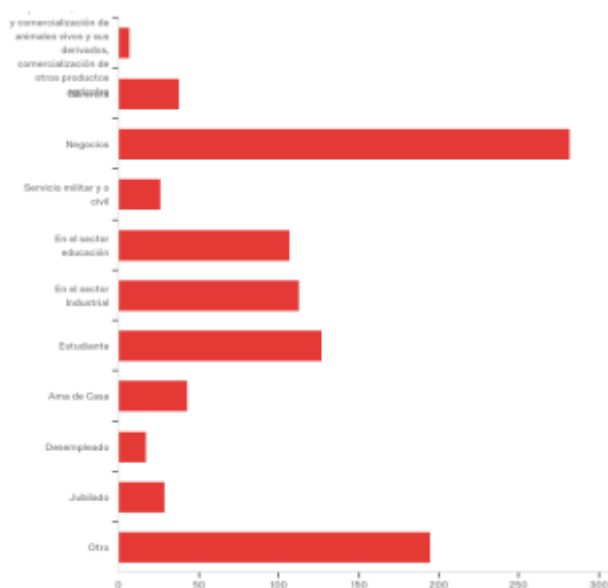


En cuanto a la distribución de edades, los datos mostraron una distribución estándar en correlación con la pirámide de edades provista en la página del INEC. Así el 19.31% de la muestra se

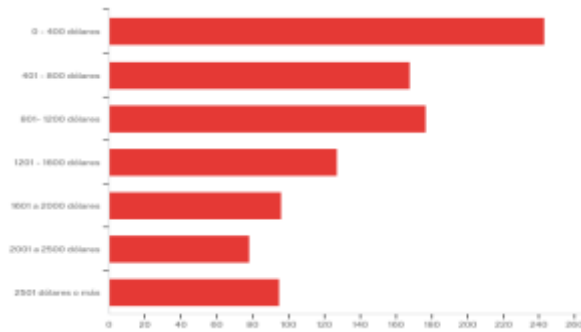
encontraba entre los 18 y 25 años, el 27.85% de 26 a 35 años, el 25.30% entre los 36 y 45 años, el 17.78% está entre los 46 y 55, el 7.01% de 56 a 65 años; y el 2.74% tenían más de 66 años.



En referencia a la ocupación de los encuestados, el 28.66% manifestó dedicarse a los negocios, el 12.91% eran estudiantes, un 11.48% trabajaban en el sector industrial, 10.87% en el sector de la educación y un 36.08% se dedicaban a otras actividades incluyendo la agricultura, la construcción, servicio militar, ama de casa, jubilados y desempleados.



El estudio demográfico evidenció que en relación con la muestra el 47.96% tienen ingresos individuales o personales (no familiares) que van entre los 400 y 1600 dólares, un 24.70% perciben hasta 400 dólares, el 12.91% corresponde a personas con ingresos de 1600 a 2000 dólares, el 7.86% perciben de 2000 a 2500 dólares, y un 9.65% perciben más de 2500 dólares.

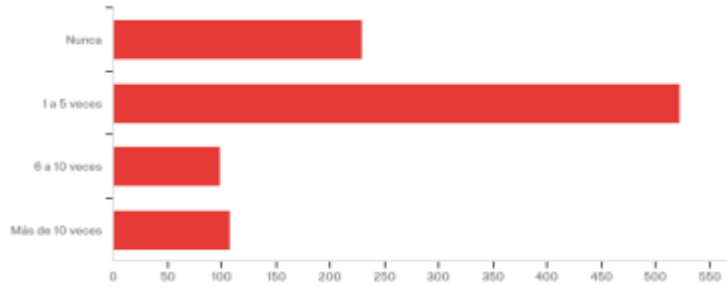


El segundo bloque de preguntas se enfocó en conocer el comportamiento de viaje de los encuestados, así los resultados mostraron que el 54.59% de la muestra viaja en avión de 1 a 5 veces por año; el 36.12% viajan en familia, mientras que el 24.84% lo hacen solos. La motivación principal para realizar viajes en avión es realizar turismo en un 39.52% y 28.08% manifiesta que viajan por negocios. De acuerdo a los encuestados los cuatro meses favoritos para viajar desde Manta son (1) agosto, (2) marzo, (3) diciembre, y (4) septiembre, y un 75.37% no poseen afiliación como viajeros frecuentes.

Figura 3. Factores determinantes en la demanda

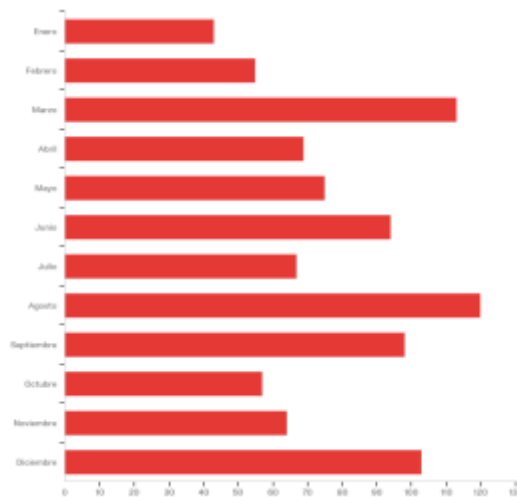


Los resultados mostraron que un 54.59% viaja en avión al menos de 1 a 5 veces por año, mientras que el 10.23% lo hace de 6 a 10 veces, un 11.27% lo hace más de 10 veces por año y un 23.90% no lo hace nunca.



El estudio evidenció que un 75.37% de los encuestados no tiene afiliación de viajero frecuente con ninguna aerolínea, llevan equipaje de mano en sus viajes (78.08%), la mayoría (49.27%) chequea una maleta de mano en sus viajes, el 33.92% no lo hace, un 13.57% chequea dos maletas, y un 3.24% lleva más de dos.

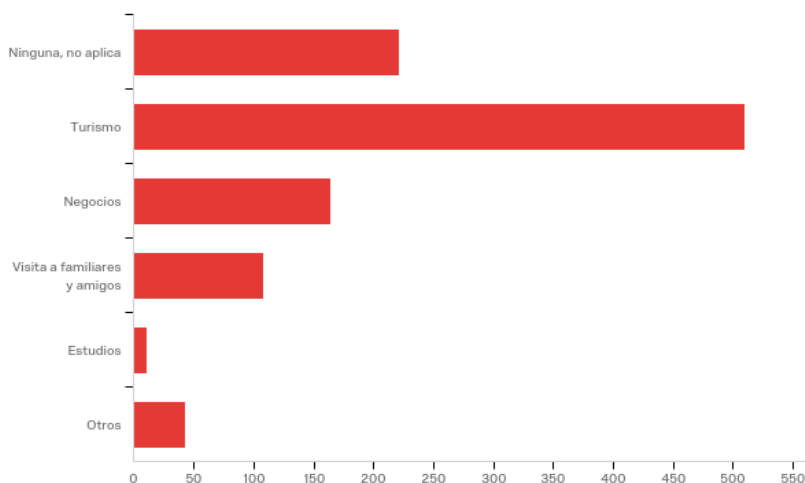
En cuanto a los meses preferidos para viajar el 12.53% manifestó que prefiere hacerlo en el mes de agosto, el 11.80% en el mes de marzo, el 10.75% en diciembre y el 10.23% lo hacen en agosto. En cuanto al resto de los meses los porcentajes variaron con una distribución homogénea que iba del 4.49 al 9.81%.



El último bloque de preguntas se enfocó en levantar información con respecto a la ruta Manta – Cuenca – Manta. Los resultados muestran interés de los participantes en aumentar su número de visitas al austro ecuatoriano.

La mayoría de los participantes (71.23%) manifestaron que conocían el destino (Cuenca) y en un 60.77% (de la muestra total) han considerado hacerlo nuevamente en el año en curso. En cuanto a la frecuencia de viajes hacia la Cuenca los encuestados indicaron que en un 55.23% viajarían en más de una ocasión a la ciudad austral.

En referencia a las actividades que realizarían en el supuesto de un viaje a Cuenca el 48.20% mencionó que serían actividades relacionadas con el turismo, mientras que un 15.50% lo harían por negocio, y un 10.21% visitarían amigos y familiares.



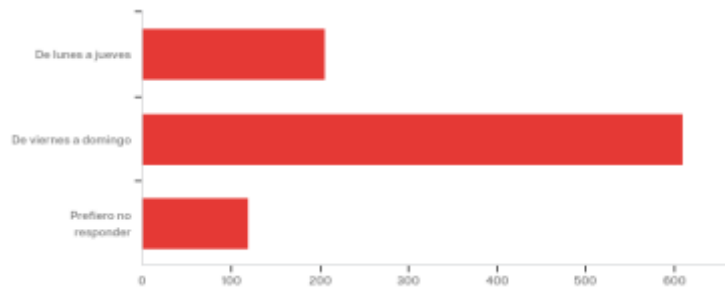
Cuando se preguntó cuanto estarían dispuestos a pagar por un vuelo de doble vía (round trip) en la ruta Manta – Cuenca – Manta, el promedio observado en la muestra fue de **99.17 dólares**.

Los atributos que los encuestados valoran más al momento de comprar un vuelo fueron el precio y la comodidad del avión (por encima del 70% en una escala de importancia sobre 100%).

Tabla 2. Factores determinantes de la demanda

#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Precio de boleto	0.00	100.00	76.96	27.92	779.27	802
2	Equipaje de carga incluido	0.00	100.00	67.04	31.34	982.40	772
3	Posibilidad de hacer cambios en el itinerario	0.00	100.00	69.09	31.20	973.18	755
4	Comodidad del avión	0.00	100.00	77.47	29.46	867.96	774

Finalmente, el 65.24% de los encuestados manifestaron que preferirían viajar en esta ruta de viernes a domingo.



Adicionalmente se utilizó estadística inferencial para establecer relación entre algunas de las variables recabadas a través del instrumento. De esta manera, se analizó el modelo de regresión múltiple en el cual **las variables independientes:** (1) Propósito de viaje, (2) Disponibilidad de pago, y (3) Conocimiento previo del destino; ejercían influencia sobre la **variable dependiente:** Viajar a Cuenca este año.

Los resultados demostraron que el modelo planteado era significativo a nivel estadístico $F = 11.35$ con un $p = .0001$. Las variables (1) conocimiento previo del destino y (2) propósito de viaje fueron los predictores con mayor poder estadístico, mientras que la disponibilidad de pago no actuó como predictor de viaje.

Tabla 3. Relaciones entre variables

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	1,099	,067		16,340	,000
	¿Conoce usted Cuenca?	,181	,036	,168	5,008	,000
	¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un boleto aéreo Manta - Cuenca -Manta (responda en números)?	7,260E-5	,000	,006	,184	,854
	¿Cuál es su principal propósito de viaje (cuando viaja en avión)?	,023	,012	,066	1,958	,051

Finalmente, se realizó un análisis de ANOVA para explicar la relación entre el conocimiento previo del destino y el deseo expreso de viajar a Cuenca este año. Los resultados demostraron que el modelo permitía predecir el comportamiento entre variables ($F = 26.81$) con una significancia estadística

de $p = 0.001$. Demostrando que para el caso bajo estudio que el no conocer el destino actúa como un impulsador en la toma de decisión de viaje.

7.4. Resultados del estudio cuantitativo en Cuenca

El estudio que se llevó a cabo en la ciudad de Cuenca, buscar plantear una comparación piloto para la validación de la encuesta realizada en Manta. Así la muestra para este estudio fue de 93 encuestados.

Los resultados obtenidos mostraron una distribución semi - equitativa de género con un 53.76% de hombres y un 46.24% de mujeres. Sin embargo, existió un grupo mayoritario significativo de participantes casados (77.42%), lo que podría marcar diferencias con respecto a la muestra tomada en la ciudad de Manta. El nivel de educación de los participantes fue universitario a nivel pregrado en un 49.46%, universitario a nivel postgrado en un 29.03%, bachillerato en un 11.83% , y estudios técnicos en un 9.68%. En cuanto al rango de edad la distribución guarda relación con la pirámide de edades del INEC, con un 27.96% de la muestra con 26 a 35 años de edad, un 40.86% de 36 a 45 años, un 20.43% de 46 a 55 años, un 8.60% de 56 a 65 años, y un 2.15% de más de 66 años.

En referencia a la ocupación laboral el 45.16% manifestó tener negocios, mientras que un 9.68% estaban dedicados al sector de la educación y el 46.12% estaban dedicados a otras actividades, eras jubilados o amas de casa. Los ingresos mensuales percibidos por la muestra fueron muchos más altos que los registrados en el estudio de Manta, así el 21.51% ganaban más de 2500 dólares, y el 50.54% ganaban entre 800 y 2500 dólares.

En cuanto al comportamiento de viaje, los resultados apuntan a que el que el 69.32% de la muestra viajaban en avión de 1 a 5 veces por año, un 11.36% lo hacían de 6 a 10 veces y el 12.50% más de 10 veces. El principal motivo para realizar estos viajes fue hacer turismo (51.14%), seguido por negocios (29.55%), y visitas a familiares (12.50%). De igual manera, se evidenció que el 62.50% de los participantes no tenían afiliación como viajeros frecuentes de ninguna aerolínea.

Con respecto a la conformación de los grupos de viajes el 59.09% manifestó que viajan en familia, el 20.45% viajan solos, mientras el 12.50% lo hacen con colegas del trabajo. El mes preferido de viaje de los encuestados es el mes de agosto, el 91.95% conocen Manta y el 73.56% piensan visitar nuevamente el destino en el 2019. En referencia a las frecuencias de viaje el 60.92% manifestó que visitan la ciudad de Manta de 1 a 5 veces por año.

La principal motivación de los habitantes del Azuay que visitan la ciudad costera de Manta es realizar turismo (57.61%), en una segunda instancia realizar negocios (17.39%), y un 10.87% lo hacen por visitar a familiares y amigos. Finalmente, los encuestados mencionaron que estarían **dispuestos a pagar 90.24** dólares por un vuelo de doble vía, en rutas de viernes a domingo (57.89%).

8. CONCLUSIÓN Y DISCUSIÓN

El presente estudio exhibe resultados favorables tanto en los componentes de naturaleza cualitativa (entrevistas) como en las encuestas. Por tanto, se comprueban mediante triangulación que existe interés y factibilidad de la apertura de la ruta aérea Manta – Cuenca – Manta, con precios promedios de 100 dólares e itinerarios de fines de semanas.

La principal motivación de los ciudadanos mantenses que visitan Cuenca es realizar turismo. La afluencia de estos en el austro se incrementa durante los meses de marzo, agosto, diciembre y septiembre coincidiendo con las vacaciones de la costa. El estudio también demuestra que un porcentaje considerable de los participantes tienen el deseo y la capacidad adquisitiva para realizar de 1 a 5 viajes en avión al año.

La percepción de movilidad y frecuencia entre los dos destinos es aceptable de acuerdo con los resultados cualitativos y cuantitativos del estudio, pero la existencia de una ruta aérea directa entre Manta y Cuenca permitirían el aumento de visitantes para ambos destinos y el desarrollo turístico de Manabí y Azuay.

Los análisis de estadística inferencial establecieron que existe una gran motivación de viaje cuando no se conoce el destino, por tanto, las personas que no conocen Cuenca están muy tentadas a hacer un viaje en el transcurso de este año. De igual manera se logró establecer que las tres principales razones que influye en que se concrete un viaje a Cuenca es (1) por motivos de estudios, (2) visita a familiares y (3) hacer turismo. Por tanto, las estrategias de marketing de apertura deberían estar orientadas a enfocarse en estos puntos.

Cabe recalcar que los resultados apuntan a que pese a las diferencias demográficas y de comportamiento de viaje entre los encuestados de Manta y Cuenca, coinciden en cuanto al interés, motivación y disposición de pago ante la ruta propuesta, en este sentido el siguiente cuadro brinda una comparación de los estudios realizados en ambos destinos



Manta

- Estudio cuantitativo con un muestreo a gran escala
- Posibles viajeros con ingresos medios y altos
- Motivación principal turismo
- Días preferidos para la ruta: viernes a domingo
- Meses preferidos para viajar: Marzo y agosto
- Grupo ideal de viaje: amigos y familia
- La mayoría conoce el destino y quiere volver



Cuenca

- Estudio cuantitativo piloto con una muestra limitada
- Posibles viajeros con ingresos altos
- Motivación principal turismo
- Días preferidos para la ruta: viernes a domingo
- Meses preferidos para viajar: Agosto
- Grupo ideal de viaje: familia
- La mayoría conoce el destino y quiere volver

Por lo expuesto se deduce que pese a las diferencias demográficas de los posibles viajeros en ambas ciudades existen coincidencias en cuanto a la motivación del viaje, los días y meses preferidos para viajar, grupos de viajes, y otras conductas de viaje.

Finalmente es importante recalcar que en su mayoría tanto los participantes del estudio cualitativo como cuantitativo en las ciudades de Manta y Cuenca tienden a coincidir en que existe una necesidad insatisfecha de conectividad aérea entre ambos destinos.

8.1. Limitaciones del estudio

El presente estudio presenta limitaciones en la sección cuantitativa del destino Cuenca, por cuanto la muestra no es lo suficientemente grande como para poder generalizar a la población de interés. Sin embargo, frente a esta limitación se utilizó la información recabada solo con el objeto de comparar a forma de estudio piloto y por tanto no tiene influencia en los resultados aquí presentados. En cuanto a las fases cualitativas y cuantitativas de los estudios realizados en Manta, se utilizó estandarización de la interacción de los entrevistadores y encuestadores con los participantes, mediante homologación y preparación metodológica – ética con el propósito de disminuir el sesgo. De igual manera se utilizaron varias técnicas de distribución y recolección de datos para disminuir el error de muestreo y aumentar la confiabilidad del estudio.

REFERENCIAS

Belobaba, P. (1987). *Air travel demand and airline seat inventory management* (Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology).

Creswell, J. W. (2014). *A concise introduction to mixed methods research*. Sage Publications.

- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: the tailored design method*. John Wiley & Sons.
- Fowler Jr, F. J. (2013). *Survey research methods*. Sage publications.
- Krueger, R. A. (2014). *Focus groups: A practical guide for applied research*. Sage publications.
- López, J. M., Meza, W. G., & Ruperti, L. M. (2017). La importancia de los departamentos de comunicacion y relaciones publicas en los aeropuertos internacionales. Estudio de Caso: Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro de Manta. *Razón y Palabra*, 21(97), 585-600.
- Marazzo, M., Scherre, R., & Fernandes, E. (2010). Air transport demand and economic growth in Brazil: A time series analysis. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 46(2), 261-269.
- Martínez-García, E., Ferrer-Rosell, B., & Coenders, G. (2012). Profile of business and leisure travelers on low cost carriers in Europe. *Journal of Air Transport Management*, 20, 12-14.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of management review*, 22(4), 853-886.
- Moreno, J. E. S. (2018). Riesgos psicosociales del aeropuerto de Manta. *Revista San Gregorio*, (22), 30-39.
- Padgett, D. K. (2016). *Qualitative methods in social work research* (Vol. 36). Sage Publications.
- Rochel, J. J. B. (2000). Factores determinantes de la demanda de transporte aéreo y modelos de previsión. *Boletín económico de ICE*, (2652).
- Royo Vela, M., & Martínez García, E. (2010). A segmentation analysis and segments profile of budget air travelers. *Cuadernos de Turismo*, 2010, núm. 26, p. 235-253.
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. Sage Publications.
- Suryani, E., Chou, S. Y., & Chen, C. H. (2010). Air passenger demand forecasting and passenger terminal capacity expansion: A system dynamics framework. *Expert Systems with Applications*, 37(3), 2324-2339.

