

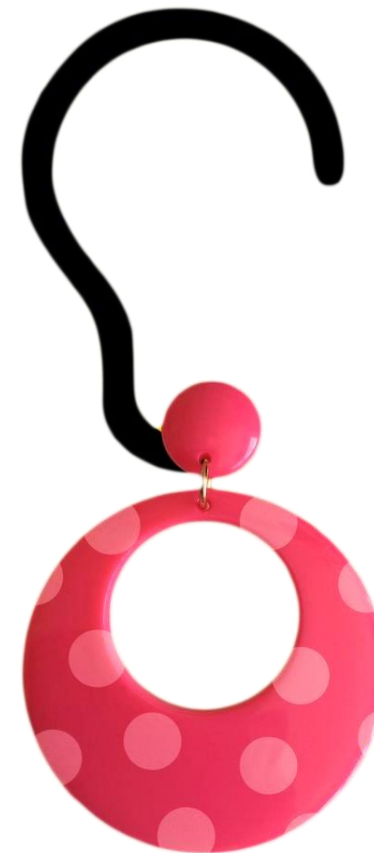
Málaga
Ciudad Genial!



Impacto económico y turístico de la feria de Málaga 2014

ÍNDICE

1. Introducción metodológica	3
2. Principales conclusiones	9
3. Ocupación hotelera	16
4. Perfil del turista.....	18
5. Perfil del excursionista.....	37
6. Impacto económico.....	53



I. Introducción metodológica

La Feria de Málaga se ha convertido en unos de los principales eventos turísticos del verano. En su edición de 2013, logró atraer a más de 337.000 visitas turísticas; lo que supuso un efecto económico de 23,1 millones de euros para la ciudad.

Del estudio realizado en el año anterior, se obtuvieron determinadas conclusiones que han servido para que se hayan tomado diversas decisiones por parte de distintas áreas del Ayuntamiento con el objeto de mejorar ciertos elementos negativos detectados, o de poner en marcha estrategias y actuaciones para mejorar el nivel de calidad y competitividad turística de la Feria de Málaga, o la percepción turística que los visitantes se llevan de la Ciudad.

No obstante, desde el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, se persigue **seguir optimizando la repercusión turística y económica de la Feria** y, para ello, cree necesario **profundizar aún más en su conocimiento, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda turística.**



Impacto económico y turístico de la feria de Málaga 2014

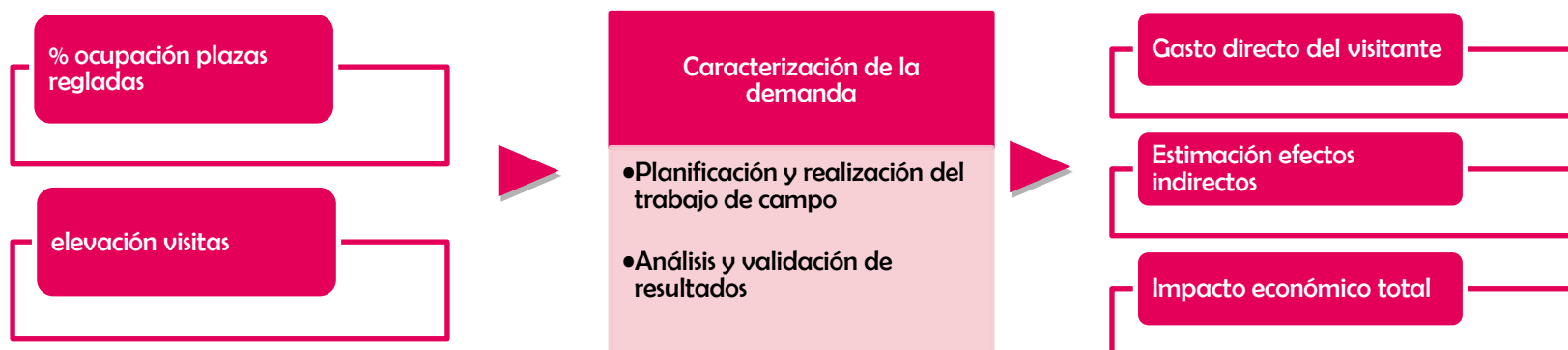
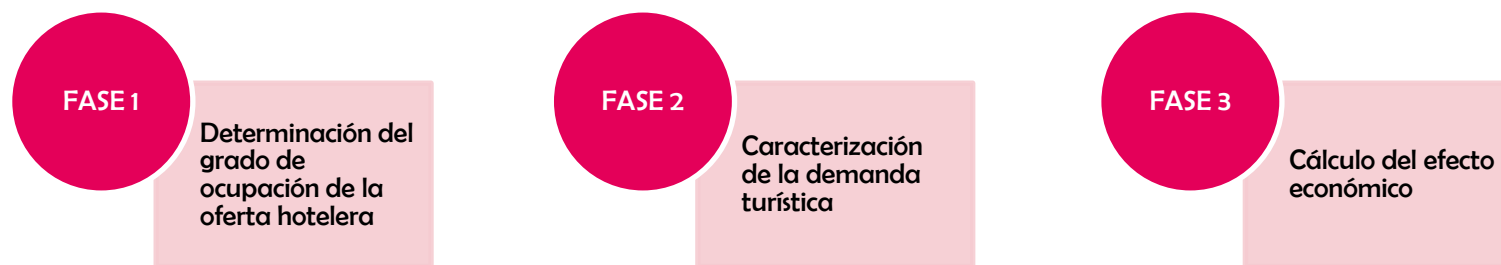
Por ello, lleva a cabo la realización del presente estudio, denominado: **Impacto Turístico y Económico de la Feria de Málaga 2014**, que persigue los siguientes objetivos específicos:

- Determinar el **grado de ocupación de la oferta de alojamiento hotelera** durante la Feria de Málaga del 2014.
- Profundizar en el **conocimiento de las características de los visitantes turísticos** que eligen la Feria de Málaga.
- Estimar el **impacto económico** generado durante la feria **por la actividad turística**.



Para la consecución de los objetivos definidos anteriormente, se han diseñado **tres fases diferenciadas de trabajo** que conforman un mismo marco metodológico. De manera esquemática, dichas fases se plasman en la siguiente figura:

Impacto económico y turístico de la feria de Málaga 2014



FASE 1: Ocupación hotelera: para la determinación de la ocupación de la oferta hotelera, se diseñó una muestra aleatoria de los establecimientos de la ciudad a los que se les ha realizado una breve encuesta telefónica; en coordinación con la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS). De dicho trabajo se obtuvieron un total de 28 entrevistas válidas que representan el 42% de la oferta hotelera de la ciudad. La muestra seleccionada siguió la misma representación que su distribución de las plazas por categoría hotelera, según se señala en el siguiente cuadro:

Hoteles por Categoría	Plazas	
HOTEL 5 ESTRELLAS	212	2,2%
HOTEL 4 ESTRELLAS	4.144	42,8%
HOTEL 3 ESTRELLAS	2.027	20,9%
HOTEL 2 ESTRELLAS	1.339	13,8%
HOTEL 1 ESTRELLA	143	1,5%
PENSION CATEGORIA UNICA	1.088	11,2%
HOSTAL 1 ESTRELLA	356	3,7%
HOSTAL 2 ESTRELLAS	383	4,0%
	9.692	100,0%

FASE 2: Demanda turística: para su caracterización se ha diseñado un trabajo de campo específico basado en entrevistas personales dirigidas a los visitantes de la ciudad durante la semana de Feria. A través de un procedimiento de muestreo aleatorio simple, desde el sábado 16 de agosto hasta el viernes 22 de agosto, se han obtenido un total de **800 entrevistas válidas**, lo que determina un error de muestreo para los resultados globales de $\pm 3,4\%$, definido un nivel de confianza del 95%.

Los puntos de recogida de encuestas fueron diseñados para garantizar dicho procedimiento aleatorio. Por ello, y siguiendo la metodología planteada el año anterior, se eligieron los siguientes:

- En la **feria de día**, se han determinado cinco puntos muestrales: Alameda Principal, Plaza del Obispo, Calle Larios/ Plaza de la Constitución, Alcazaba y Plaza Uncibay.
- En la **feria de noche**, se han determinado cuatro puntos muestrales: Calle Peñista Rafael Fuentes, Avenida de las Malagueñas, zona de atracciones y calle Antonio Rodríguez.



FASE 3: Impacto Económico¹: el último apartado pretende medir la repercusión económica de la actividad turística y determinar los efectos que ésta va a inducir al resto de sectores productivos; es decir, su efecto multiplicador. El método de estimación que se ha utilizado está basado en las Tablas Input Output disponibles para Andalucía (TIOAN, 2005, publicadas por el Instituto de Estadística de Andalucía). La estimación del impacto se ha realizado en dos fases:

- Definir la nueva demanda. Es decir, se ha concretado qué actividades económicas verán incrementada su demanda como consecuencia de los consumos efectuados por los visitantes a la Feria.
- Estimación del Impacto en la producción (total e inducido). A cada nueva demanda generada por los consumos se le han aplicado los coeficientes de la Matriz inversa de Leontief regional.

¹ **Nota metodológica:** antes de presentar las principales conclusiones obtenidas, es importante señalar:

- Se ha seguido el mismo método, mejorado en algunos aspectos, que el realizado en el año anterior, con el objetivo de poder hacer comparaciones de 2014 con respecto a 2013.
- La feria de 2014, tiene un día “festivo” más que la de 2013, por lo que a efectos de ocupación hotelera, hay que tenerlo en cuenta; al igual que a la estimación en los efectos económicos. De este modo, este año se han tenido en cuenta nueve días de feria, mientras que en 2013 solo se consideraron ocho días. Cuando se presenten análisis anuales, se señalarán explícitamente dicho cambio en los días de feria de 2014 con respecto a la de 2013.

2. Principales conclusiones

A. Estimación de la ocupación hotelera

El **grado de ocupación** de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Málaga durante la Feria, se estima que ha sido del **94,11%** (8,1 **puntos porcentuales superior al obtenido el año anterior**).

Dicho incremento se ha producido en los diferentes tramos de la Feria malagueña:

- **Durante el primer fin de semana**, viernes 15, sábado 16 y domingo 17 de agosto, **el grado de ocupación** de los establecimientos hoteleros de la ciudad **fue del 99%**.



Impacto económico y turístico de la feria de Málaga 2014

- **Del lunes 18 de agosto, al jueves 21 de agosto**, se estima que se ha registrado una **ocupación media del 92%** en los hoteles de Málaga.
- Por otro lado, en el **último fin de semana** (viernes 22, sábado 23 y domingo 24 de agosto), la ocupación ascendió al **94,5%**.

A partir de dichas cifras se puede estimar unas **81.829 pernoctaciones en establecimientos hoteleros en la ciudad de Málaga** en este periodo.

Al compararlo con respecto a lo que estimamos sucedió en el año anterior, llegamos a las siguientes conclusiones:

- **Se han producido 15.329 pernoctaciones más que en el 2013.**
- **Los porcentajes de ocupación han sido superiores en todos los periodos analizados**, destacando sobre todo en el primer fin de semana, que se roza el 100% y en el último, en el cual se observa un mayor grado de ocupación que en el año anterior.



- También es significativo señalar, que **no solo se ha incrementado la ocupación hotelera, también han crecido los precios medios de las habitaciones ofertadas**, señalado por gran parte de los directores de hotel entrevistados.

2.2. Características de los turistas en la feria de Málaga

- Se mantiene el **mercado nacional como primer emisor de turistas a la ciudad** durante la Feria.
- Casi **dos de cada tres se caracterizan por viajar en pareja o con amigos**.
- El **establecimiento hotelero** (hoteles, hostales y pensiones) es el escogido mayoritariamente por los **turistas de Feria**. Por otro lado, reseñar que se mantiene la **importancia del alojamiento en casa de amigos y familiares**.
- La **estancia media** en el destino durante la Feria fue de **5 días**.
- Los **familiares y amigos** son, con diferencia, la primera fuente de información utilizada por los turistas que viajaron a Málaga ciudad durante la Feria de 2014; más de seis de cada diez de estos turistas les consultaron a sus familiares y amigos para su viaje a la ciudad (**60,8%**).

Impacto económico y turístico de la feria de Málaga 2014

- Respecto a la organización del viaje, **más del 82% viajó con alguna reserva previa**. Siendo **el alojamiento el producto más reservado** (dos de cada tres), **seguido por el transporte** (casi la mitad de los turistas que hicieron algún tipo de reserva).
- **Internet es el canal de reserva líder** para todos los tipos de productos (transporte, alojamiento y paquete turístico) en el viaje a la Feria de Málaga.
- **Las actividades más realizadas** por los turistas que visitaron la Feria de la ciudad de Málaga durante el 2014, además de acudir a la Feria, fueron: **pasear y conocer la ciudad, visitar museos y monumentos y, ocio nocturno**, entre otras.
- **Excelente valoración del destino Málaga** por parte de los turistas que visitaron la Feria (**8,6 sobre 10**). Los **aspectos más valorados** fueron: el **trato recibido, el entorno urbano y el alojamiento**.
- **Más de nueve de cada diez respondieron tener intención de regresar a Málaga** en los próximos tres años, bien para la Feria o bien por otros motivos para visitar la ciudad.
- **La práctica totalidad afirmó tener intención de recomendar la visita a la ciudad** de Málaga durante la Feria a sus familiares y amigos.

2.3. Características de los excursionistas en la feria de Málaga

- Se mantiene **el mercado nacional como primer emisor de excursionistas**, de estos, casi siete de cada diez provienen de Andalucía.
- El **25,6% de los excursionistas manifestó haber considerado la opción de alojarse en Málaga** ciudad. De estos, **dos de cada tres** la desestimó bien por **la falta de disponibilidad de plazas** bien por **los precios superiores** de la capital.
- **Siete de cada diez se caracterizan por viajar con amigos o en pareja.**
- Las **actividades más realizadas** por los excursionistas que visitaron la Feria de la ciudad de Málaga durante el 2014, **además de ir a la Feria**, fueron: **pasear y conocer la ciudad, visitar museos y monumentos, actividades gastronómicas y ocio nocturno**, entre otras.
- Excelente **valoración al destino Málaga** por parte de los excursionistas que visitaron la Feria (**8,7 sobre 10**). Los **aspectos más valorados** fueron: el **trato recibido, el entorno urbano, la oferta gastronómica y la accesibilidad**.
- **Más de nueve de cada diez respondieron tener intención de regresar y de recomendar Málaga** a sus familiares y amigos.

2.4. Impacto turístico y económico de la feria

- Se estima que la **media diaria de turistas en la ciudad** fue de unos **20.724**, lo que significa que en Feria, se han producido unas **186.516 visitas turísticas**.
- Estimamos que llegaron a la ciudad algo más de **29.210 excursionistas de media diaria**, residentes o turistas en otros municipios que realizan una visita de un día a la ciudad durante la Feria.
- De esta manera, se concluye que **durante la Feria de 2014**, se produjeron un total de **449.410 visitas de turistas y excursionistas**, un **18,5%** más de visitas diarias que las que se produjeron en el 2013².
- El **gasto medio diario del turista fue de 88,89 euros** en la ciudad, prácticamente la misma cantidad, mientras que **el gasto medio del excursionista ascendió a 53,32 euros**.

² Hay que tener en cuenta que se pasa de 337.000 visitas de turistas y excursionistas a las 449.400 estimadas en 2014, pero este año se ha cuantificado un día más de feria (el viernes festivo para la llegada de turistas).

- Esto ha generado un **impacto económico directo** por la actividad turística en la ciudad de Málaga de **30,6 millones de euros**.
- Los **efectos económicos indirectos** generados por estos visitantes en el resto de sectores económicos malagueños, siguiendo los efectos multiplicadores de las TIOAN elaborados por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, es de **14,2 millones de euros**.
- Ello significa que el **efecto económico global** generado en la ciudad de Málaga por los visitantes a la Feria en 2014, ha sido de unos **44,8 millones de euros**. Ello significa que se ha producido un **incremento diario medio del 11,4 % sobre el efecto económico turístico** que se estimó se produjo en el pasado año³.
- El **impacto económico** de la Feria de Málaga **en el empleo de la ciudad se cuantifica en 530 empleos equivalentes anuales a tiempo completo**. Lo que supone unas **13.500 jornadas laborales cada día de Feria**.

³ Hacer notar que el efecto económico publicado pasa de los 35,7 millones de euros a los 44,8 millones de euros, un 25,6 % más, pero insistir que en el estudio se ha tenido en cuenta un día más que el año pasado.

3. Ocupación hotelera

El **grado de ocupación** de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Málaga durante la Feria, se estima que ha sido del **94,11%** (8,1 **puntos porcentuales superior al obtenido el año anterior**).

Dicho incremento se ha producido en los diferentes tramos de la Feria malagueña:

- **Durante el primer fin de semana**, viernes 15, sábado 16 y domingo 17 de agosto, **el grado de ocupación** de los establecimientos hoteleros de la ciudad **fue del 99%**.
- **Del lunes 18 de agosto, al jueves 21 de agosto**, se estima que se ha registrado una **ocupación media del 92%** en los hoteles de Málaga.
- Por otro lado, en el **último fin de semana** (viernes 22, sábado 23 y domingo 24 de agosto), la ocupación ascendió al **94,5%**.

A partir de dichas cifras se puede estimar unas **81.829 pernoctaciones en establecimientos hoteleros en la ciudad de Málaga** en este periodo.

Al compararlo con respecto a lo que estimamos sucedió en el año anterior, llegamos a las siguientes conclusiones:

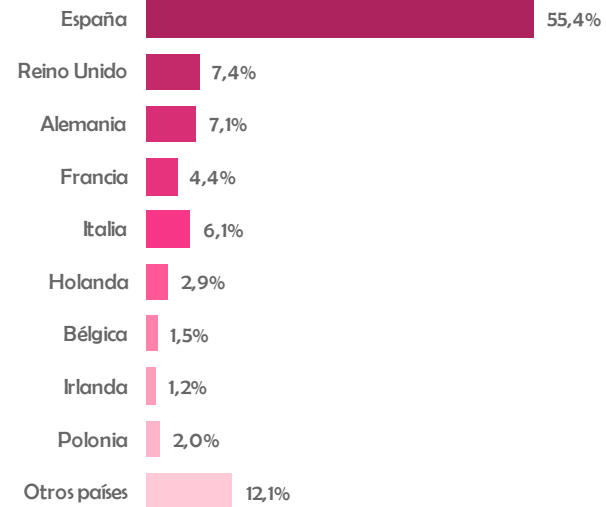
- **Se han producido 15.329 pernoctaciones más que en el 2013.**
- **Los porcentajes de ocupación han sido superiores en todos los periodos analizados,** destacando sobre todo en el primer fin de semana, que se roza el 100% y en el último, en el cual se observa un mayor grado de ocupación que en el año anterior.
- También es significativo señalar, que **no solo se ha incrementado la ocupación hotelera, también han crecido los precios medios de las habitaciones ofertadas,** señalado por gran parte de los directores de hotel entrevistados.

4. Perfil del turista

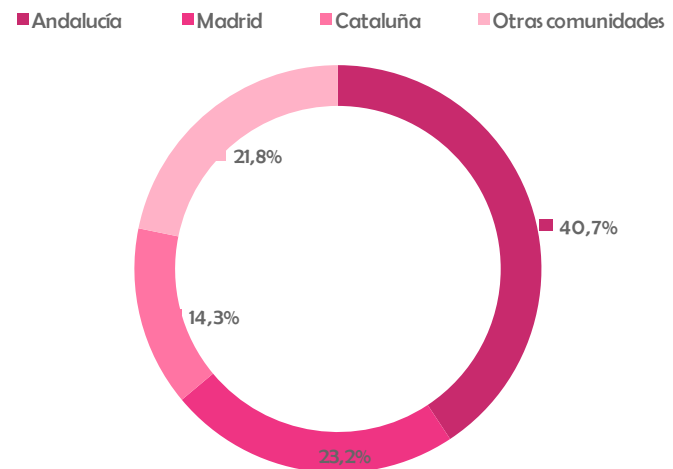
Procedencia

Se mantiene el **liderazgo del mercado nacional** como primer emisor de turistas a la ciudad de Málaga durante la Feria. **Reino Unido, Alemania e Italia, principales emisores internacionales** de turistas a la Feria de la ciudad de Málaga.

Los turistas españoles procedentes de **Andalucía, Madrid y Cataluña** representan a casi **ocho de cada diez de los turistas nacionales** de la ciudad de Málaga durante el año 2014.



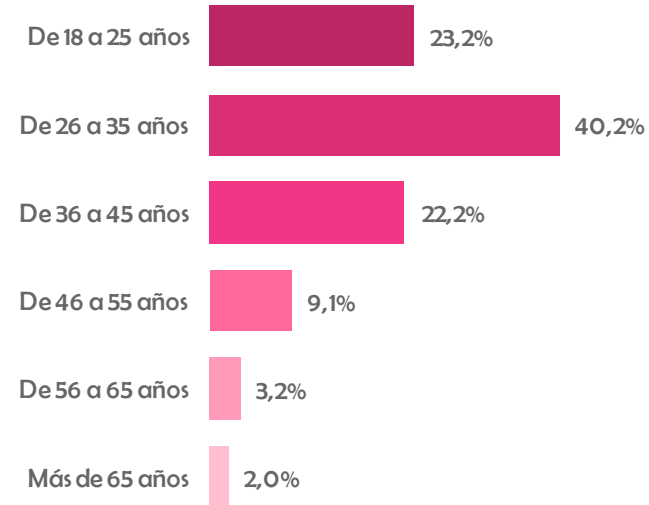
Fuente: Elaboración propia



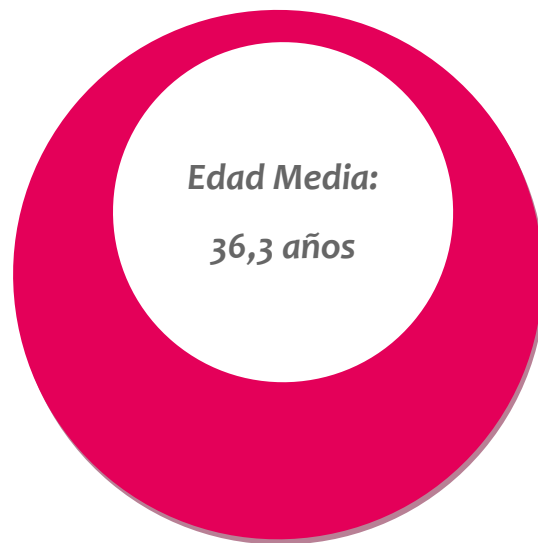
Fuente: Elaboración propia

Edad

Cuatro de cada diez de los turistas entrevistados tenían entre 26 y 35 años (40,2%). Casi una cuarta parte de los turistas entrevistados durante la Feria se encuentran en el intervalo de edad de 18 y 25 años (23,2%).

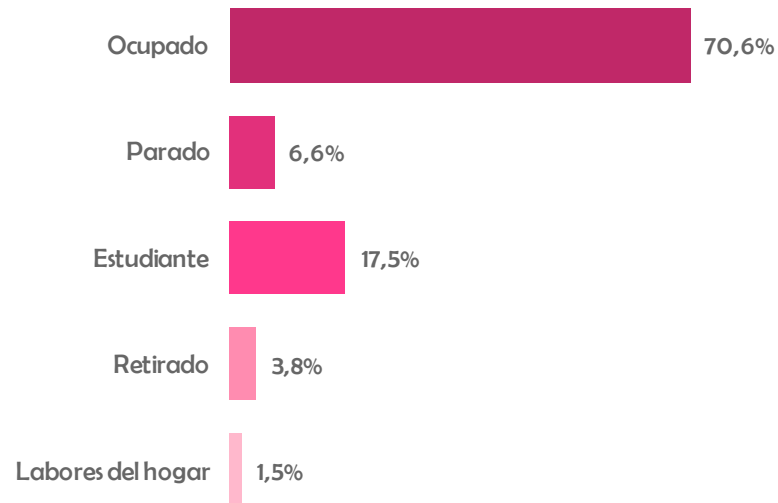


Fuente: Elaboración propia



La Feria atrae a turistas de todas las edades, aunque este año se ha detectado un mayor peso de los intervalos de edades inferiores. Esto hace que la **media de edad se sitúe en los 36,3 años**.

Situación laboral



Fuente: Elaboración propia

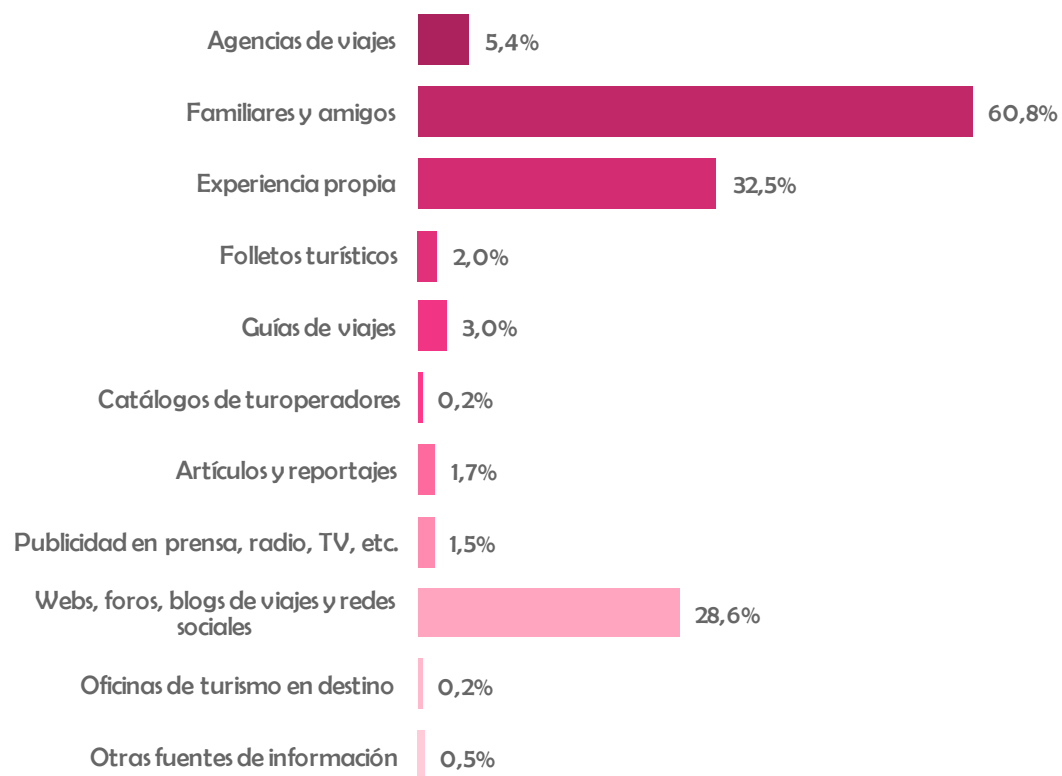
Siete de cada diez turistas se encuentran **trabajando (70,6%)**, ya sea por cuenta propia o ajena; siendo la cuota de parados del 6,6%.

Un **17,5%** afirma estar **estudiando**, mientras que el **3,8%** se encuentra **retirado** del mercado laboral.

Fuentes de información consultadas

El canal de información más utilizado por los turistas que visitaron la Feria de Málaga durante el año 2014 fue **sus propios familiares y amigos (60,8%)**.

Le siguen la **propia experiencia viajera y con el destino (32,5%)** y **las webs, foros, blogs de viajes y redes sociales (28,6%)**.



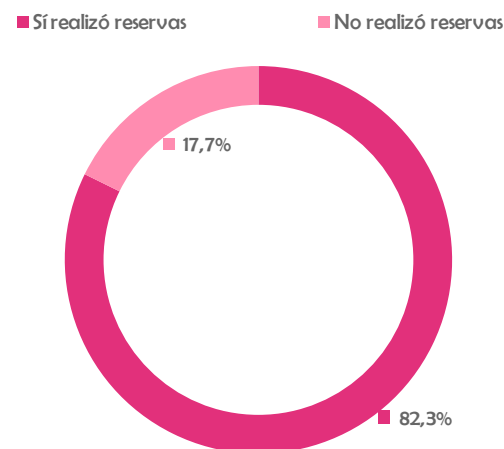
Fuente: Elaboración propia. Opción de Respuesta Múltiple

Organización del Viaje

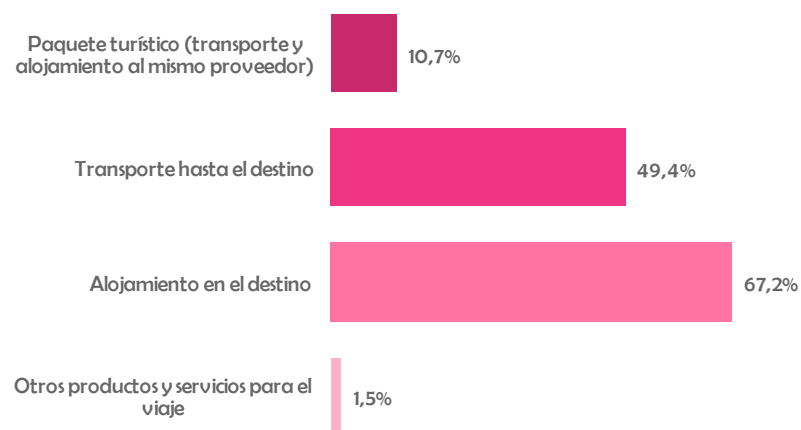
Mayoritariamente los turistas que visitaron la ciudad de Málaga durante la Feria 2014, **afirmaron haber realizado alguna reserva previa a su viaje (82,3%).**

De los que afirmaron haber realizado algún tipo de reserva, **dos de cada tres** contestaron haber contratado con antelación **el alojamiento en el destino**, mientras que **cerca de la mitad** dijo lo mismo sobre **el transporte hasta la ciudad.**

La cuota de turistas que afirmaron haber contratado un **paquete turístico** (transporte más alojamiento al mismo proveedor) fue del **10,7%.**

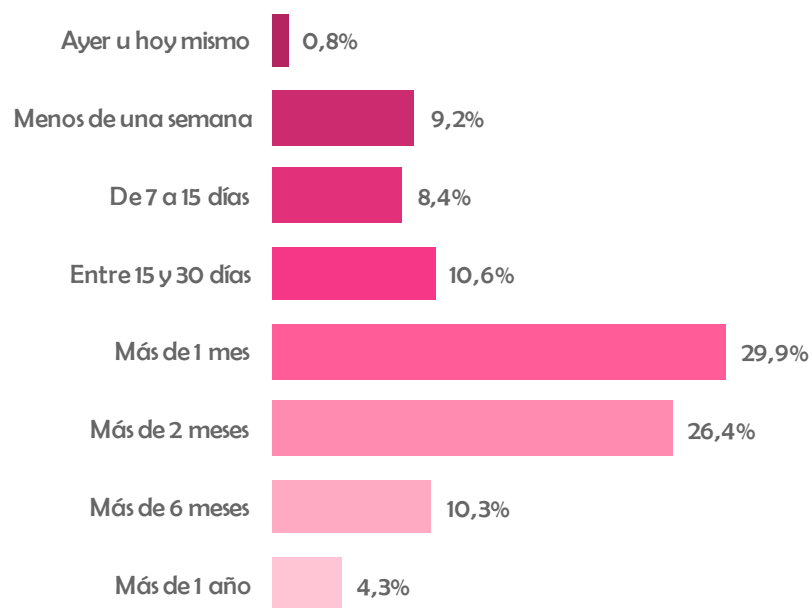


Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia. Opción de Respuesta Múltiple

Antelación en la Organización del Viaje



Fuente: Elaboración propia

Más de la mitad de los turistas organizan su viaje con uno o dos meses de antelación.

Tres de cada diez afirmaron haberlo hecho con una antelación superior al mes, mientras que un 26,4% con una anticipación superior a los dos meses.

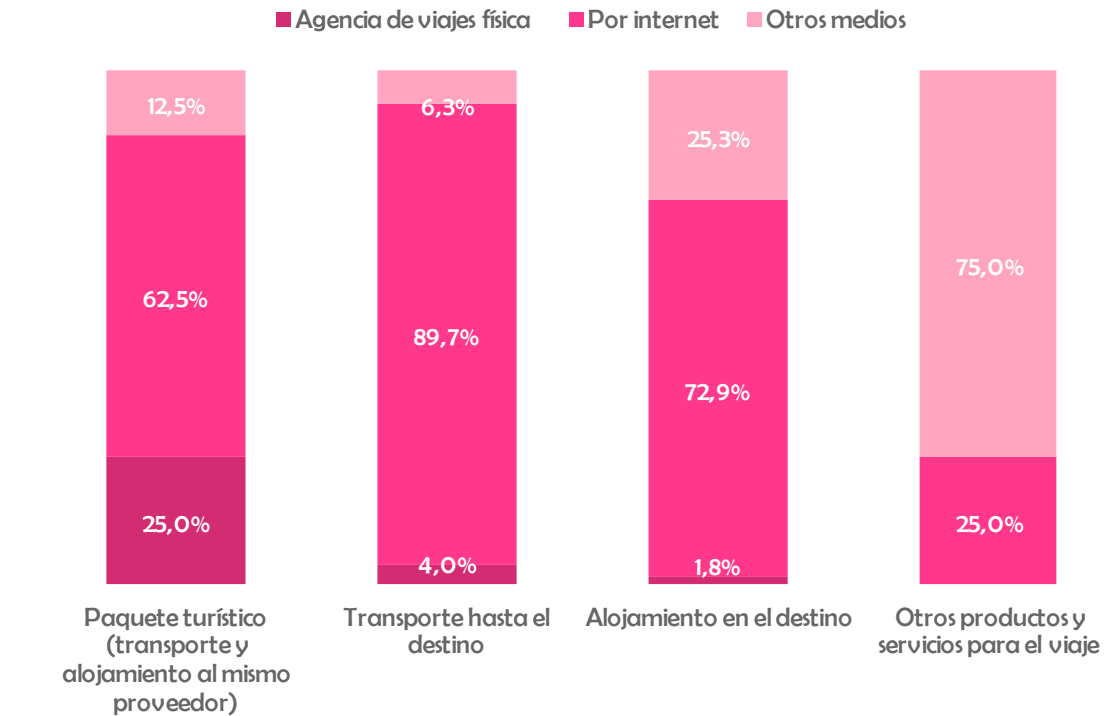
Es reseñable la cuota de turistas que organizaron su viaje a la ciudad entre 15 y 30 días antes de emprenderlo.

Canales de Reservas

Internet es el canal de reserva líder en las reservas para el viaje a la feria de Málaga; aunque la intensidad de su uso difiere en función del producto reservado.

En el caso del transporte hasta la ciudad, las reservas por internet suponen el 89,7% del total de las realizadas para este producto; siendo del 72,9% para el alojamiento en el destino.

El peso más importante del uso de agencias de viajes físicas se encuentra en la contratación de paquetes turísticos.



Fuente: Elaboración Propia

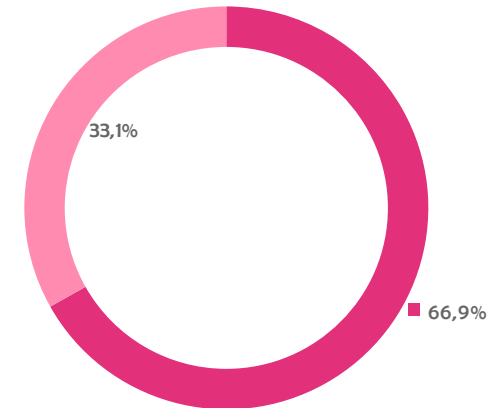
Webs más utilizadas para las reservas

El **66,9%** de los turistas que realizaron alguna reserva por internet utilizaron algún **intermediario online**; de forma contraria el **33,1%** acudió **directamente a la web** del proveedor del producto turístico.

Entre las webs más mencionadas, destacaron:

- Booking
- Web de la línea aérea
- Renfe
- Edreams
- Kayak

■ Intermediario online ■ Directo en la web del proveedor



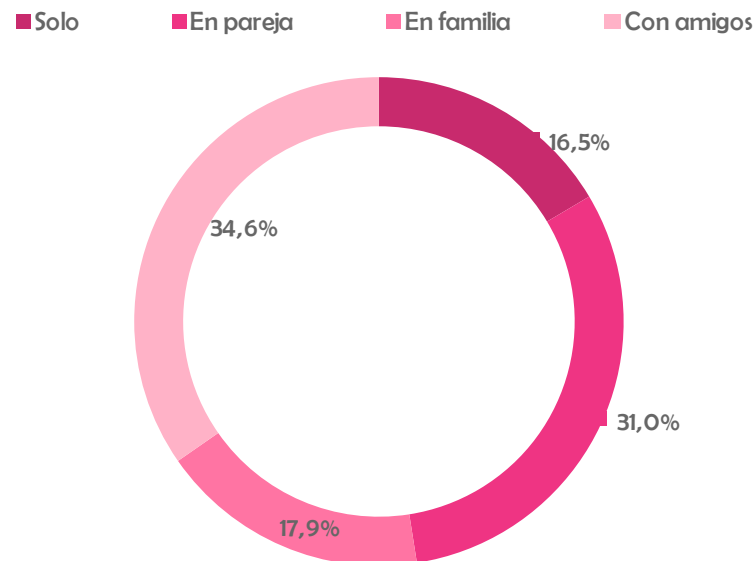
Fuente: Elaboración propia



Forma de viajar

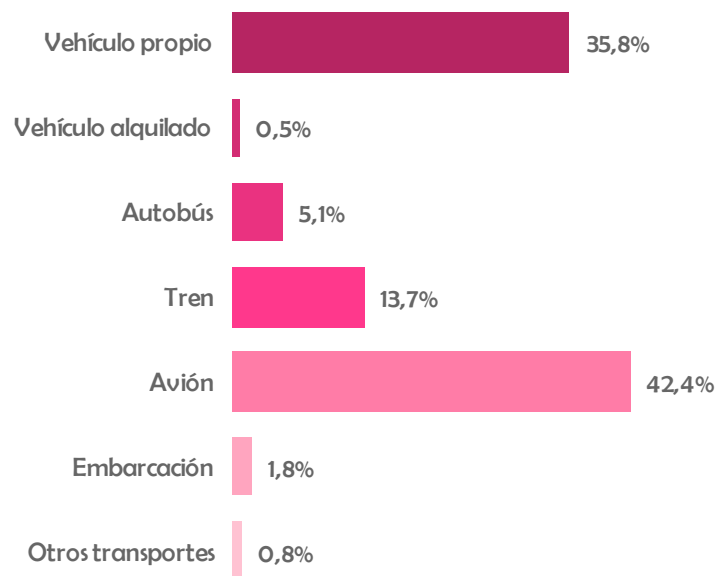
Casi **dos terceras partes** se caracterizan por **viajar en pareja o con amigos**. Prácticamente **un tercio** de los turistas que nos visitaron en esta Feria viajaron **con amigos**, seguidos de los viajes en pareja (31,0%).

La opción de viajar en familia fue escogida por el 17,9% del total de turistas y los que viajaron solos supusieron el 16,5%.



Fuente: Elaboración propia

Medio de Transporte



Fuente: Elaboración propia

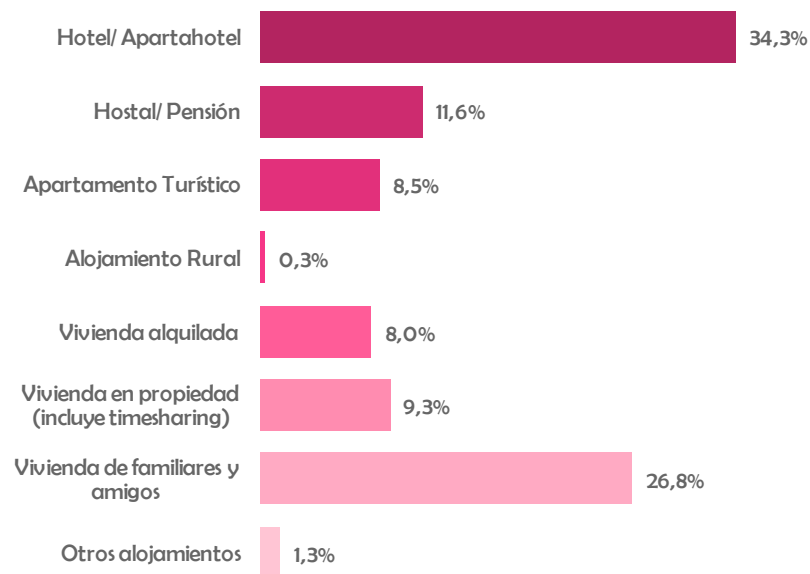
El **avión y el vehículo propio** fueron los **medios de transporte más elegidos** por los turistas de Málaga durante la Feria 2014. En concreto, un 42,4% escogió el avión y un 35,8% su propio vehículo.

En tercer y cuarto lugar, se encuentran el tren, utilizado por el 13,7% y el autobús (5,1%).

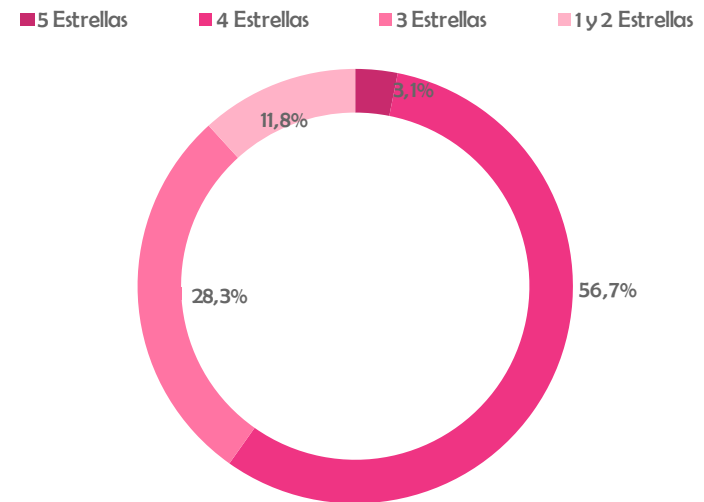
Tipo de Alojamiento

El **establecimiento hotelero** (hoteles, apartahoteles, hostales y pensiones) es escogido **por más de cuatro de cada diez** del total de turistas de Feria (**45,9%**). De estos, **más de la mitad** se decantaron por un hotel de **cuatro estrellas** (**56,7%**).

Por otro lado, reseñar que se **mantiene** la importancia del alojamiento en **viviendas de familiares y amigos**, opción elegida por **más de una cuarta parte de los turistas (26,8%)**.



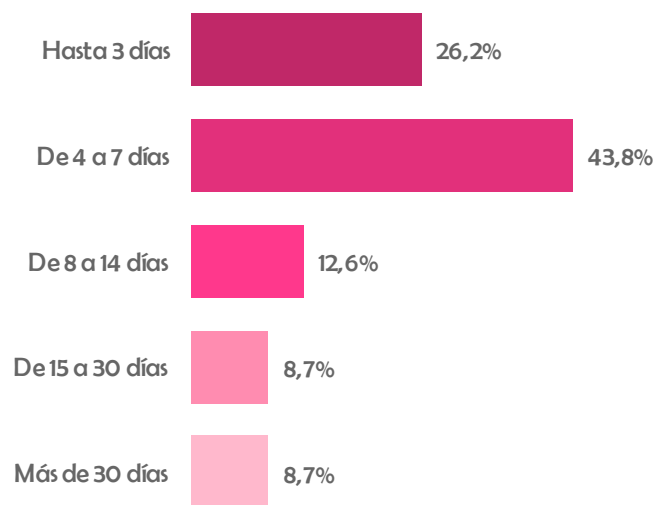
Fuente: Elaboración propia



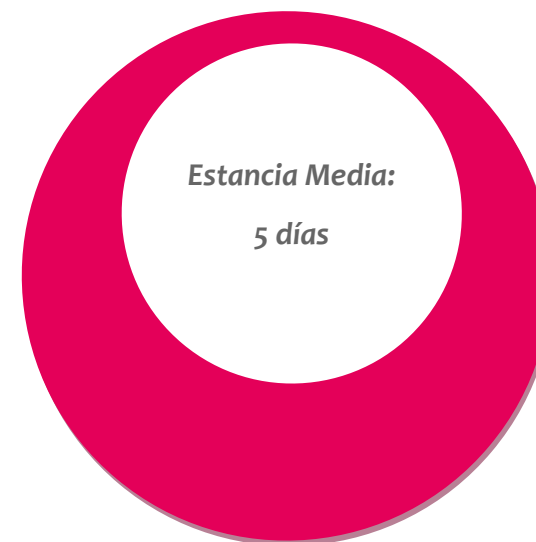
Fuente: Elaboración propia

Duración de la Estancia

El turista en la Feria de Málaga, por término medio, permaneció **5,0 días** en el destino.



Fuente: Elaboración propia



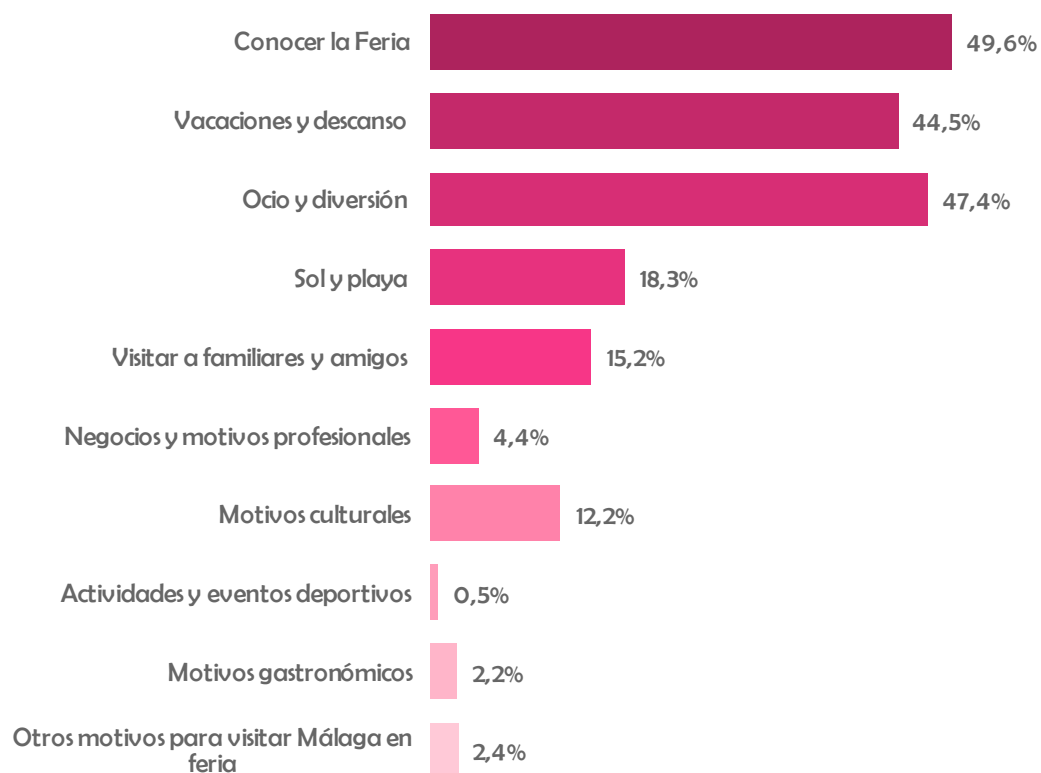
El **intervalo más representativo** es el de los que alargan sus días en Málaga **de 4 a 7 días (43,8%)**, seguidos de los que permanecen en la ciudad hasta tres días (26,2%).

Motivo del Viaje

Para **la mitad de los turistas**, el hecho de conocer la Feria de Málaga supuso un motivo para viajar hasta la ciudad **(49,6%)**.

Cerca de la mitad afirmó que el ocio y la diversión habían sido el motivo de su viaje y similar cuota fue para **disfrutar de unos días de vacaciones y descanso**.

A éstos les siguen motivos **de Sol y la playa**, **el visitar a familiares y amigos** y **motivos culturales**.



Fuente: Elaboración propia. Opción de Respuesta Múltiple

Actividades Realizadas



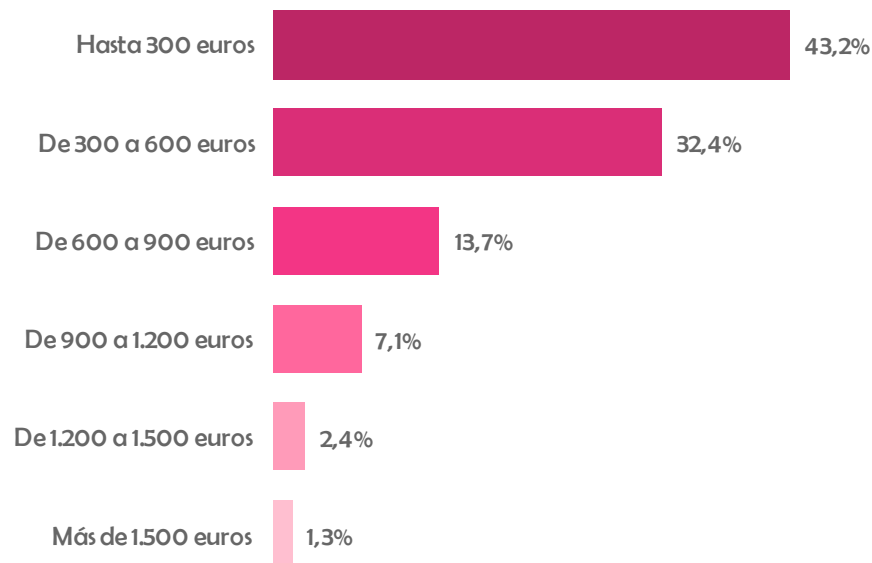
Durante su estancia, además de ir a la feria (mencionado por el 72,7% de los turistas), **las actividades más realizadas** fueron: **pasear y conocer la ciudad (31,6%)**, **visitar museos y monumentos (25,8%)**, y **ocio nocturno (22,8%)**.

A éstas, le siguen: **las actividades de Sol y playa (17,2%)** y **las actividades gastronómicas (13,4%)**.

Fuente: Elaboración propia. Opción de Respuesta Múltiple

Presupuesto para el Viaje

La distribución del presupuesto nos muestra como los turistas que cuentan con un **presupuesto de hasta 300 euros por persona suponen el 43,2% del total**. A éstos le siguen aquellos que manifiestan tener un presupuesto **de 300 a 600 euros por persona (32,4%)**.



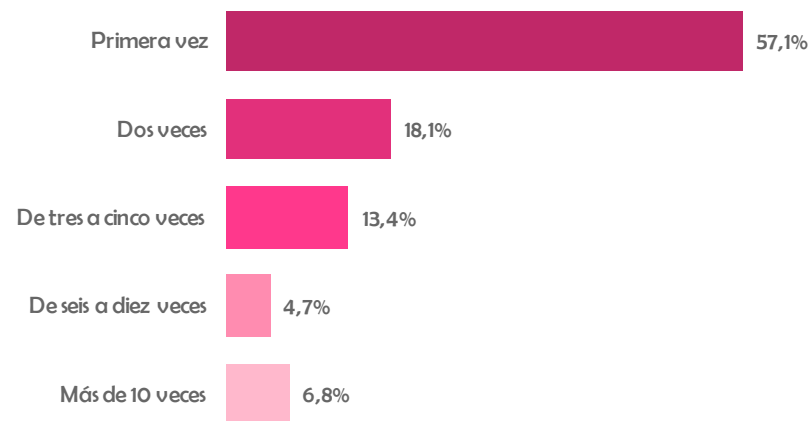
Fuente: Elaboración propia

Para la visita a Málaga durante la semana de Feria y por término medio, el turista cuenta con un **presupuesto de 88,89€ al día**.

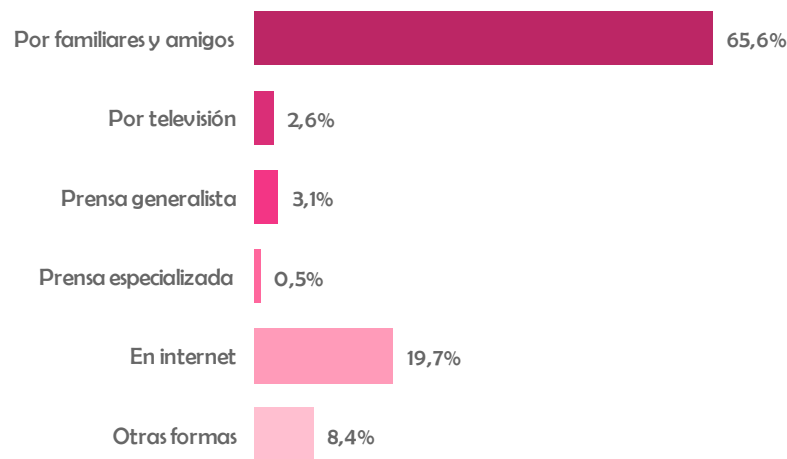
Conocimiento de la feria

Para **más de la mitad** de estos turistas (57,1%), ésta fue su **primera visita** a la ciudad. En cambio, **para el 42,9% ya había existido una visita previa** a la misma.

A los turistas noveles se les preguntó cómo habían conocido la Feria de Málaga y **el 65,6% respondió que a través de familiares y amigos**. La cuota de los que respondieron por internet ascendió al 19,7%.



Fuente: Elaboración propia



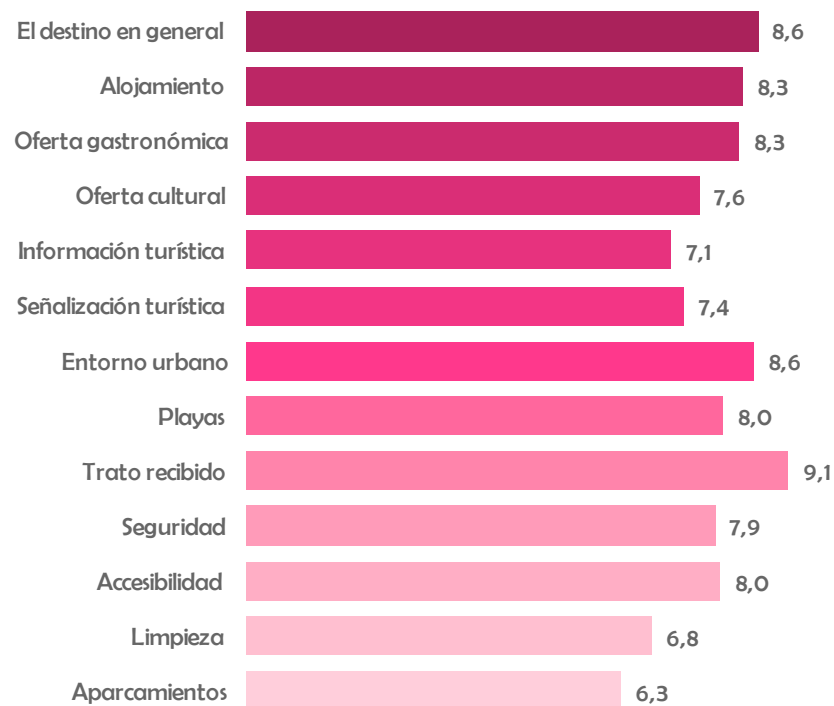
Fuente: Elaboración propia

Satisfacción General

Excelente valoración del destino Málaga por parte de los turistas que visitaron la Feria, otorgándole una nota de 8,6 sobre 10.

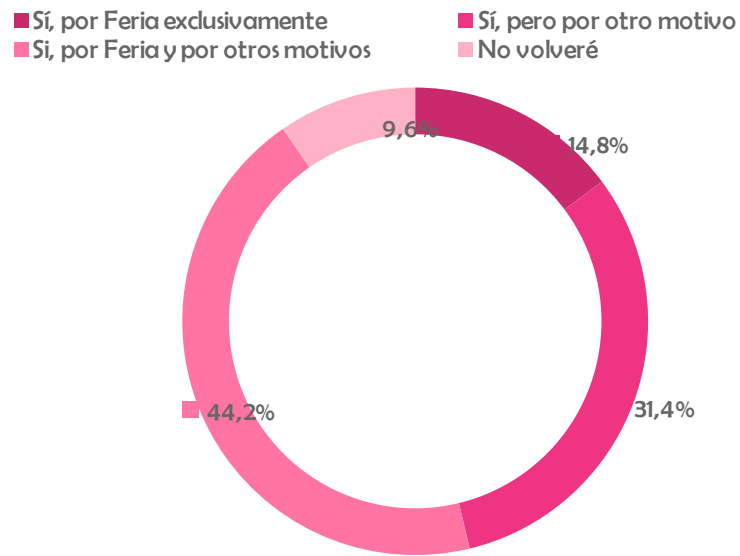
Los aspectos más valorados fueron el trato recibido (9,1), el entorno urbano (8,6) y, el alojamiento y la oferta gastronómica; ambos con una calificación media de 8,3 puntos.

Los aparcamientos (6,3) y la limpieza (6,8) fueron los aspectos con calificaciones inferiores.



Fuente: Elaboración propia

Intención de Volver



Fuente: Elaboración propia

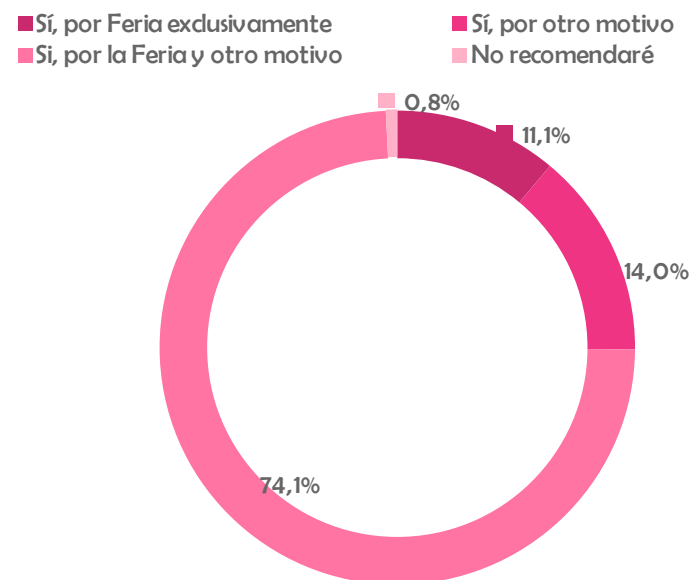
Más de nueve de cada diez (90,4%) de los turistas entrevistados **afirmó tener intención de regresar al destino en el medio plazo**; mientras que un 9,6% afirmó que no volverá.

En concreto, **el 44,2% dijo que volverá tanto por Feria como por otros motivos**; **el 31,4% que volverá por otros motivos** (Ocio y vacaciones, visita a familiares y amigos, etc.) **y el 14,8% que volverá pero por Feria exclusivamente**.

Intención de Recomendar

Relacionado con la alta satisfacción, **el 99,2% afirmó tener la intención de recomendar la visita a la ciudad de Málaga.**

En concreto, **el 74,1% dijo que la recomendará tanto por Feria como por otros motivos; el 14,0% que lo hará por otros motivos** (Ocio y vacaciones, visita a familiares y amigos, etc.) **y el 11,1% por Feria exclusivamente.**



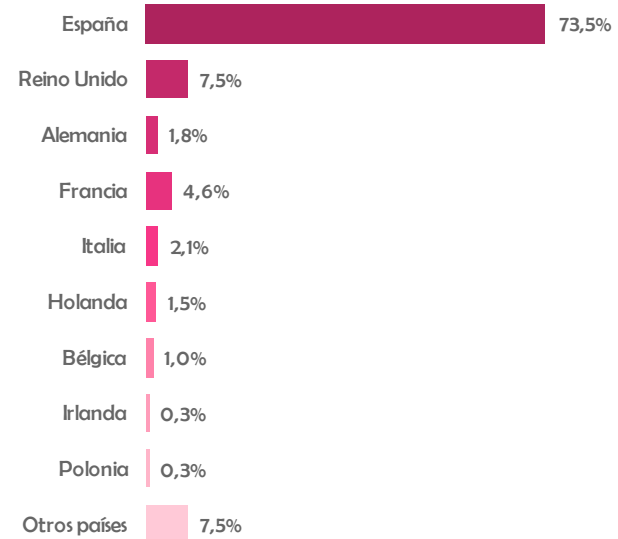
Fuente: Elaboración propia

5. Perfil del excursionista

Procedencia

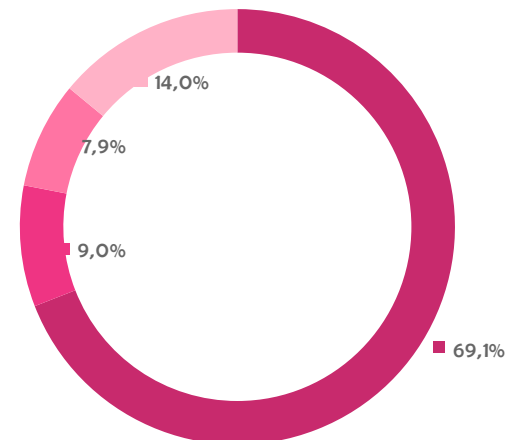
El excursionista a la ciudad de Málaga durante la Feria 2014 fue **predominantemente de nacionalidad española (73,5%)**.

Dentro del mercado nacional, **casi siete de cada diez** de los excursionistas a la ciudad provenían de **Andalucía (69,1%)**; representando los que provenían de **Madrid el 9,0%** y de **Cataluña el 7,9%**.



Fuente: Elaboración propia

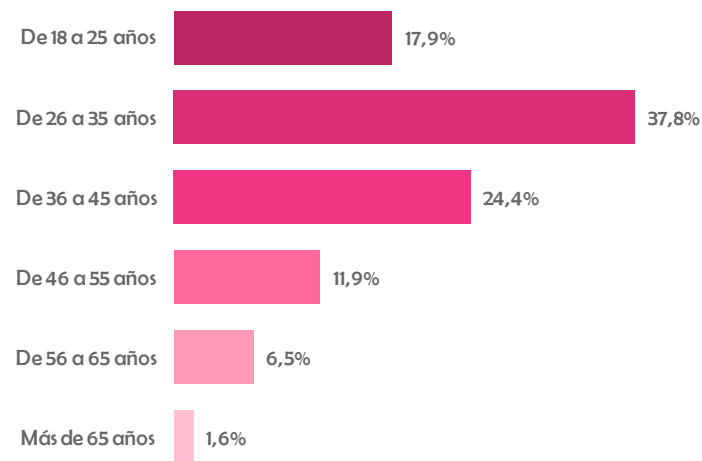
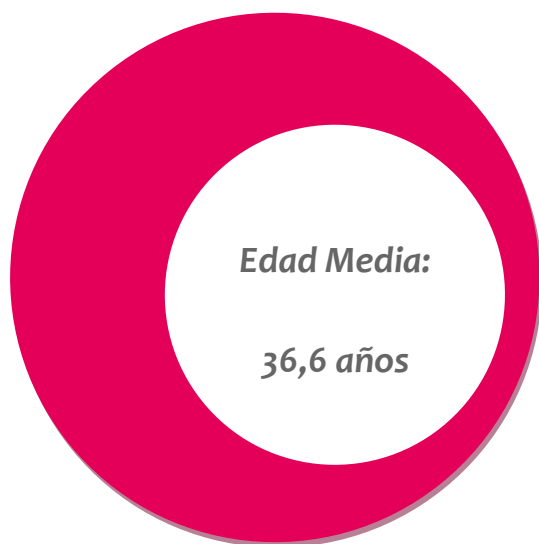
■ Andalucía ■ Madrid ■ Cataluña ■ Otras comunidades



Fuente: Elaboración propia

Edad

En 2014, los intervalos de edades inferiores han ganado importancia con respecto al año anterior. Esto hace que la **edad media del excursionista en la ciudad sea de 36,6 años.**



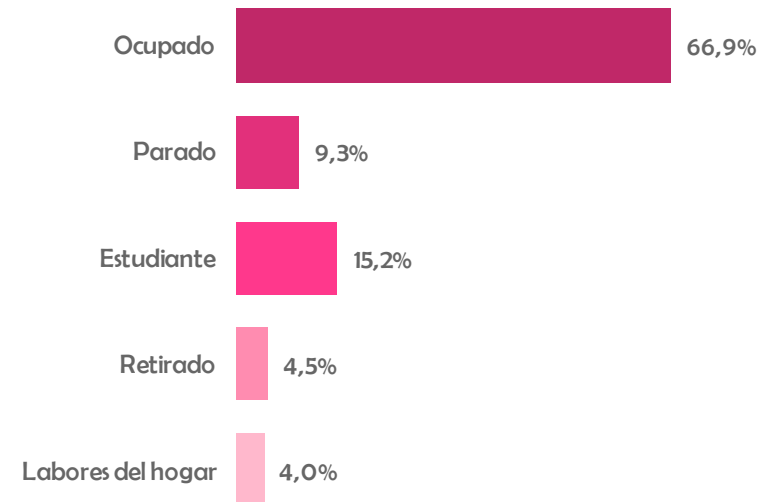
Fuente: Elaboración propia

El intervalo más representativo es el de los **excursionistas de 26 a 35 años (37,8%)**, seguido de los que tenían entre 36 y 45 años (24,4%) y de los más jóvenes (18 a 25 años) que supusieron el 17,9% del total.

Situación laboral

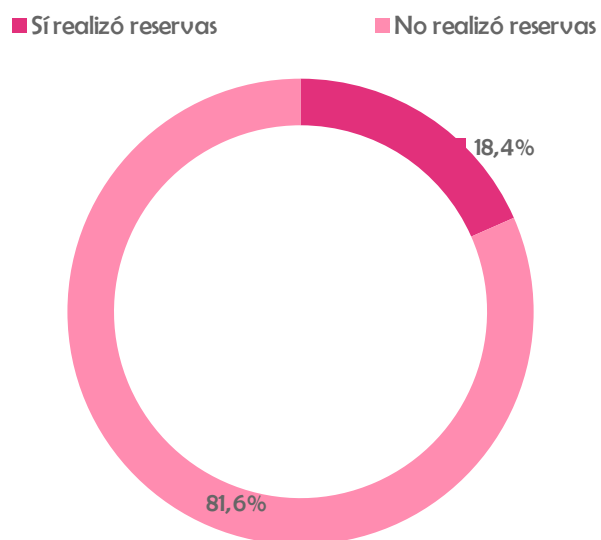
Dos de cada tres de los excursionistas a la ciudad de Málaga durante la Feria de 2014 estaban **ocupados laboralmente (66,9%)**.

La cuota de **estudiantes ascendió al 15,2%**, seguida de la de **parados (9,3%)** y de la de **retirados del mercado laboral (4,5%)**.



Fuente: Elaboración propia

Realización de Reservas



Fuente: Elaboración propia

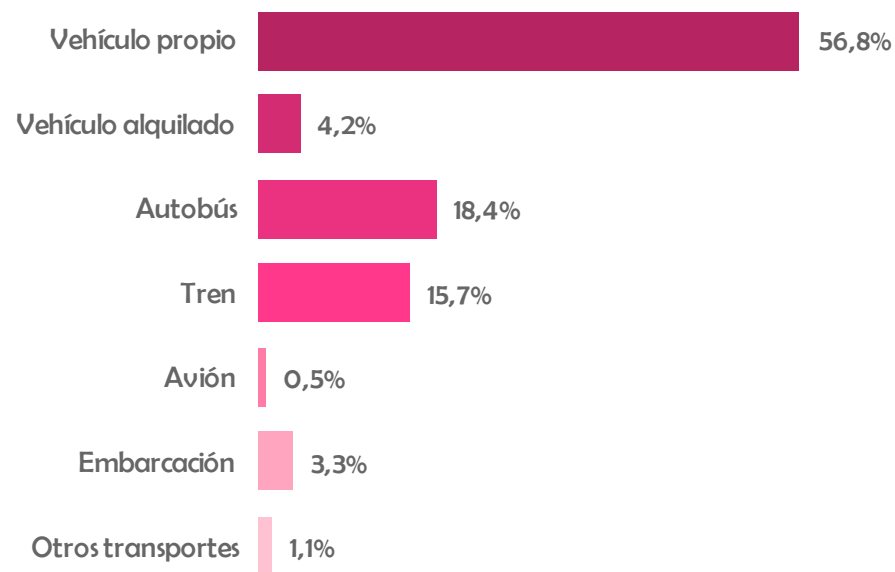
Mayoritariamente los excursionistas que visitaron la ciudad de Málaga durante la Feria 2014, **no realizaron ningún tipo de reserva para su visita a la ciudad (81,6%)**.

Los que **sí optaron por algún tipo de reserva supusieron el 18,4%** del total del excursionista a la ciudad.

Medio de Transporte

El **vehículo propio** (56,8%) fue el medio de transporte más utilizado por los excursionistas de Málaga durante la Feria 2014.

En segundo y tercer lugar, se encuentran el **Autobús** (18,4%) y el **Tren** (15,7%).

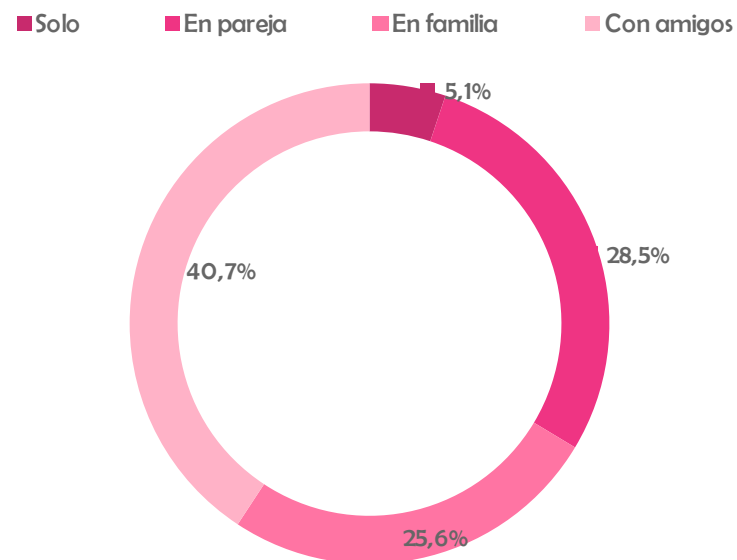


Fuente: Elaboración propia

Forma de Viajar

El excursionista a la ciudad de Málaga durante la Feria suele viajar **con amigos (40,7%)** o **en pareja (28,5%)**.

En tercer lugar se encuentran los viajes **en familia (25,6%)**, siendo el **5,1%** la cuota del excursionista que **viaja solo** a la ciudad.

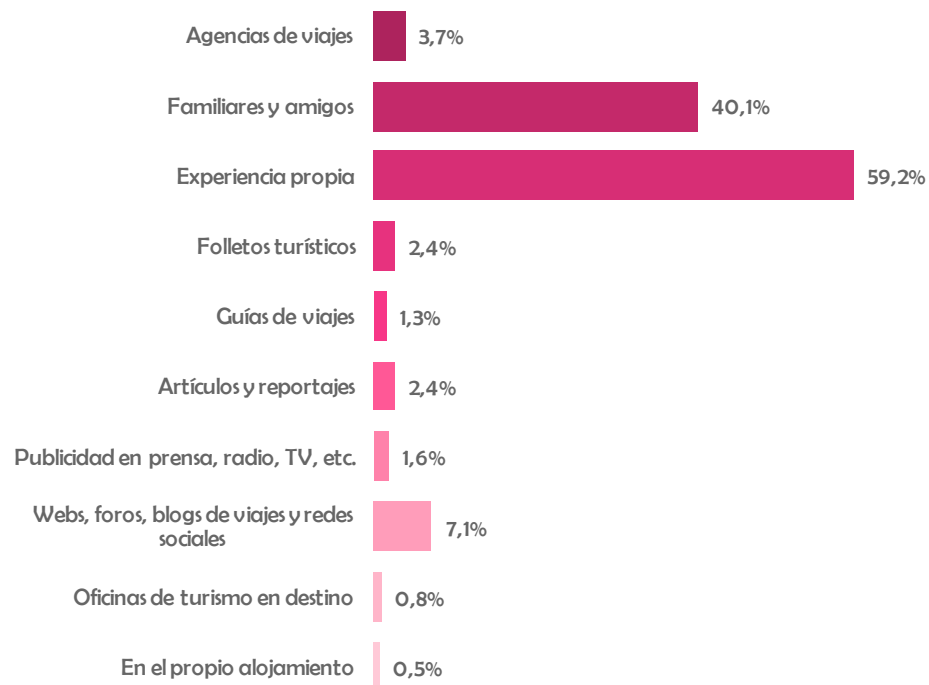


Fuente: Elaboración propia

Fuentes de Información

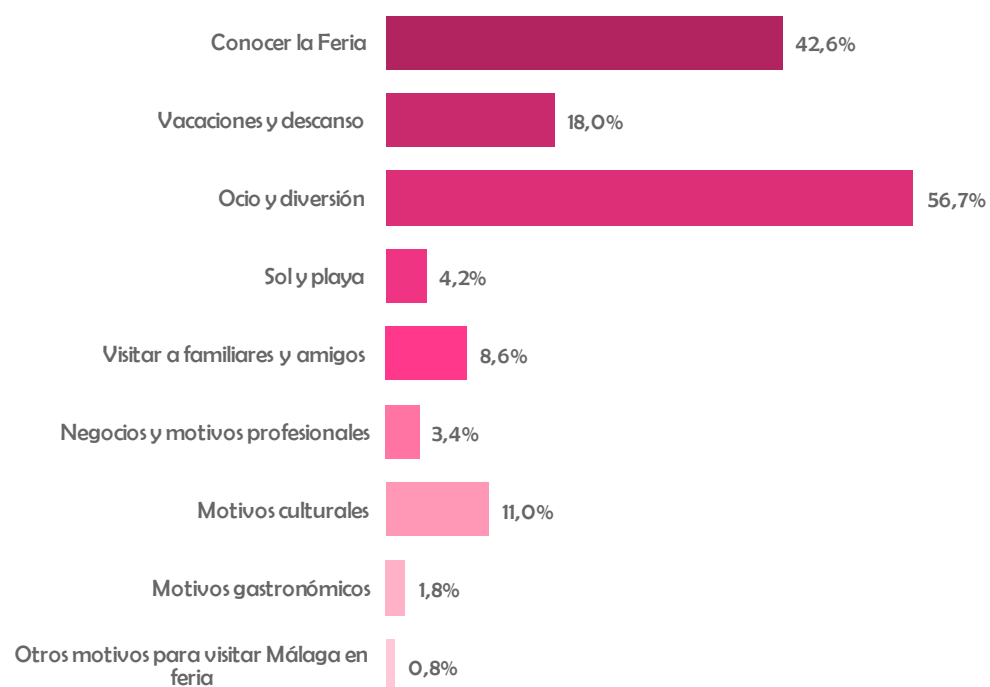
Las fuentes de información más utilizadas por el excursionista para su viaje a la ciudad de Málaga fueron su **propia experiencia viajera y con el destino (59,2%)**, seguida de las consultas a sus **familiares y amigos (40,1%)**.

En tercer lugar afirman haber consultado **webs, foros, blogs y redes sociales (7,1%)**;



Fuente: Elaboración propia. Opción de Respuesta Múltiple

Motivos para visitar Málaga



Fuente: Elaboración propia. Opción de Respuesta Múltiple

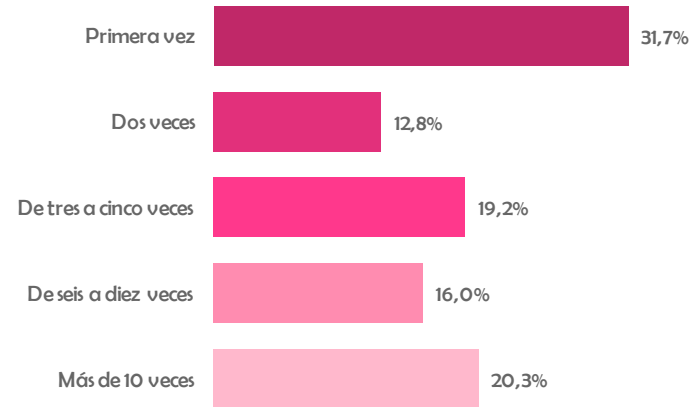
Entre los motivos para visitar la ciudad durante la Feria de 2014 se encuentran los siguientes:

En primer lugar, el **56,7%** de los excursionistas afirmó que su visita a la ciudad era por **motivos de ocio y diversión**; mientras que el **conocer la Feria** de la ciudad fue contestado por el **42,6%** de los excursionistas.

Motivos de vacaciones y descanso (18,0%), **culturales** (11,0%) y de **visitar a familiares y amigos** (8,6%) concentraron también importantes cuotas de respuestas.

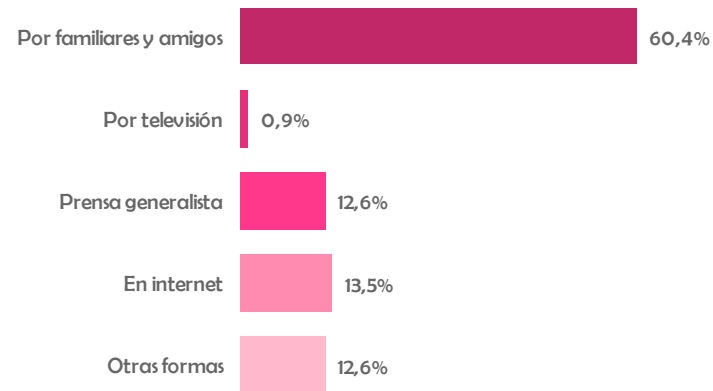
Número de Visitas

Tres de cada diez de los excursionistas que acudieron a la ciudad de Málaga durante la Feria 2014 manifestaron que esa era su **primera visita a la misma (31,7%)**. De manera contraria, **los que la han visitado en más de 10 ocasiones supusieron el 20,3%**.



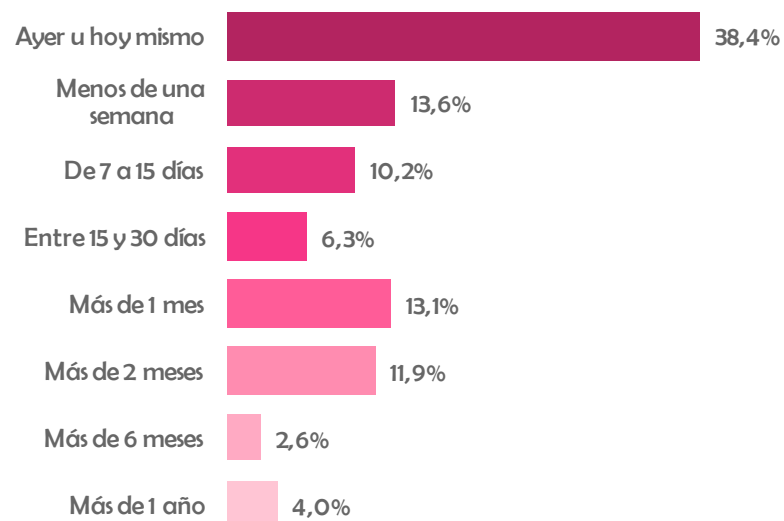
Fuente: Elaboración propia

A los excursionistas noveles se les preguntó por cómo habían conocido la Feria de Málaga y el **60,4% respondió que a través de familiares y amigos**.



Fuente: Elaboración propia

Antelación en la Organización del Viaje



Fuente: Elaboración propia

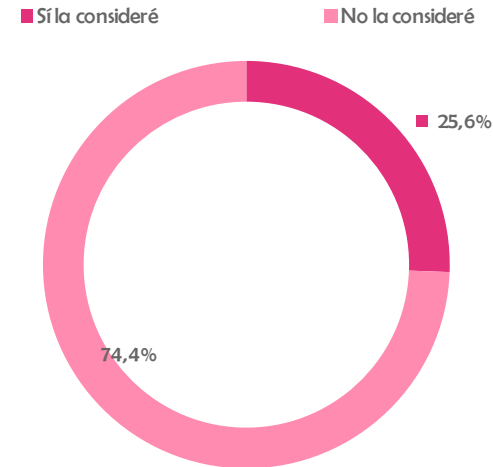
Más de la mitad de los excursionistas de la ciudad durante Feria, **organizó su viaje con menos de una semana de antelación** (52,0%).

El siguiente intervalo más representativo es el de los que organizaron su visita con una antelación **de uno a dos meses (13,1%)**; seguido de los que lo organizaron con una anticipación de **dos a seis meses (11,9%)**.

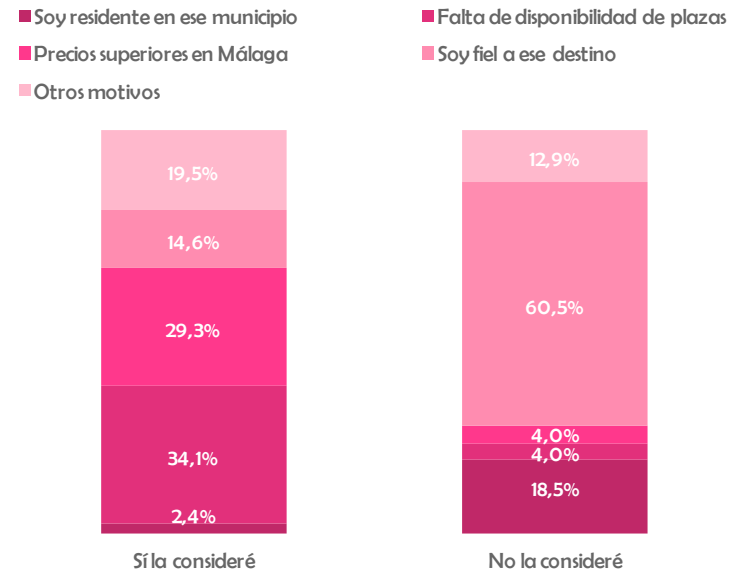
Málaga como Destino final de su Viaje

Del total de excursionistas entrevistados, **el 25,6% manifestó haber considerado la opción de alojarse en Málaga** en lugar del destino final escogido, mientras que un 74,4% afirmó no haberlo hecho.

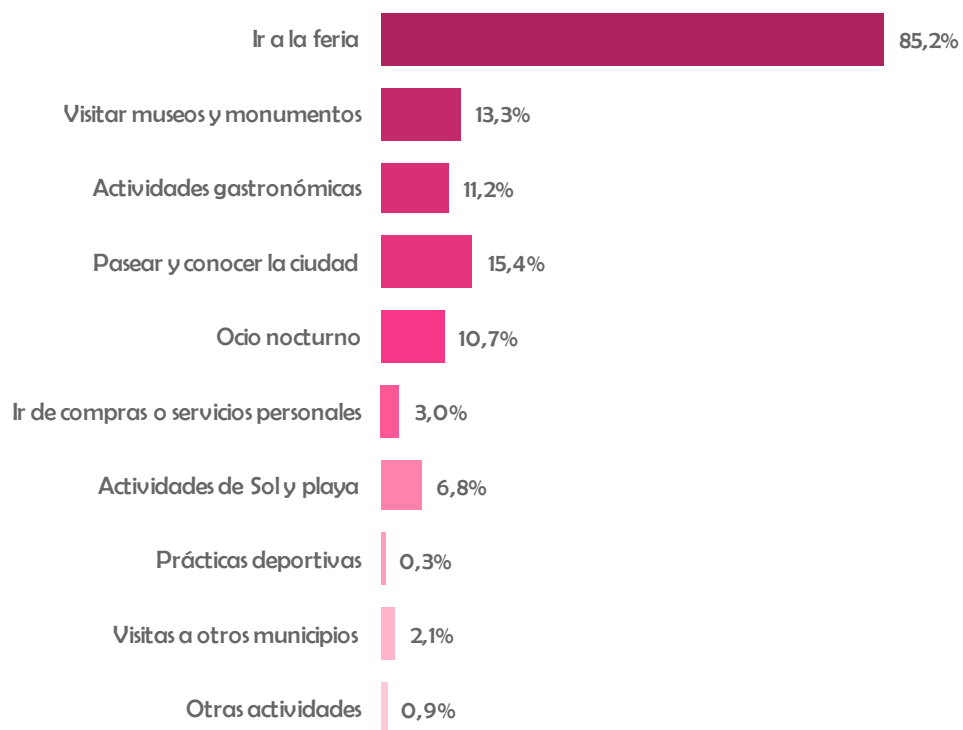
Entre los que sí consideraron la opción de alojarse en Málaga, **uno de cada tres (34,1%) se decantó por otro destino debido a la falta de disponibilidad de plazas;** mientras que **el 29,3%** afirmó haber optado por otro destino motivado por existir **precios superiores en la capital.**



Fuente: Elaboración propia



Actividades Realizadas en la ciudad



Respecto a las **actividades más realizadas** por los excursionistas de la ciudad de Málaga en Feria, mencionar, **además de ir a la Feria (85,2%)**, las siguientes:

- Pasear y conocer la ciudad (15,4%).
- Visitar museos y monumentos (13,3%).
- Actividades gastronómicas (11,2%).
- Ocio nocturno (10,7%).

Fuente: Elaboración propia. Opción de Respuesta Múltiple

Presupuesto para la Visita

Por término medio, el excursionista en Málaga durante la Feria de 2014, contó con un **presupuesto por persona para su visita de 53,32 euros.**

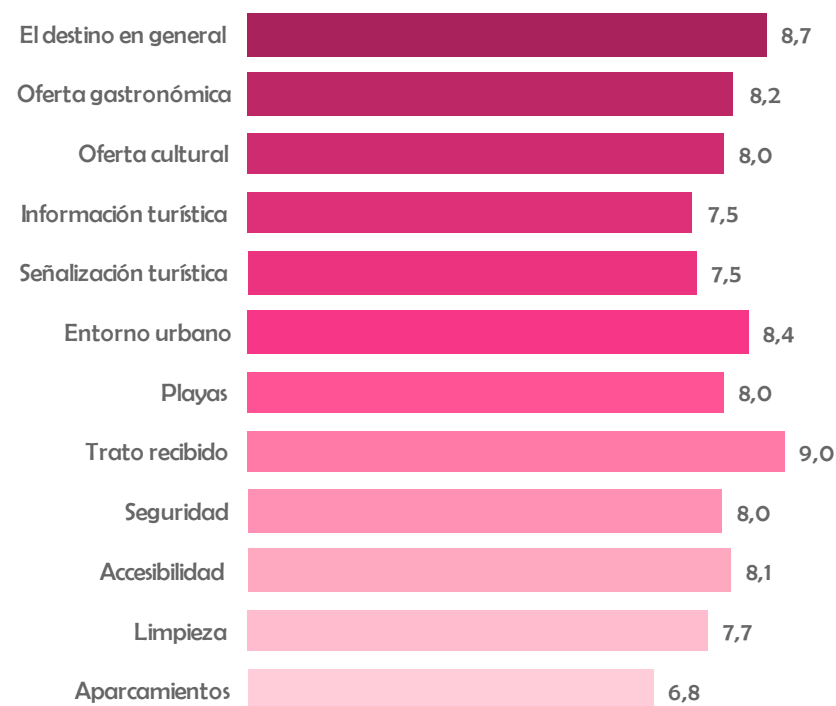


Satisfacción General

Por término medio, los excursionistas de la ciudad de Málaga durante la Feria de 2014 **calificaron a la ciudad con un 8,70 sobre 10.**

El aspecto mejor valorado ha sido el trato recibido durante su visita a la ciudad (9,0), seguido del **entorno urbano (8,4)**, la **oferta gastronómica (8,2)** y la **accesibilidad (8,1)**.

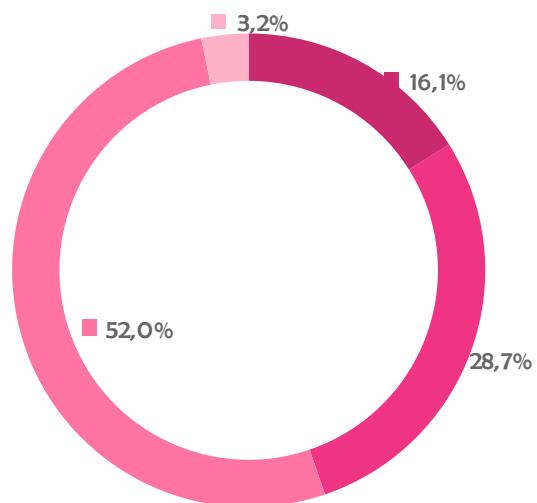
Los aspectos con puntuaciones más bajas han sido los aparcamientos (6,8) y la información y señalización turística, ambos con una nota de 7,5 puntos.



Fuente: Elaboración propia

Intención de Regresar

- Sí, por Feria exclusivamente
- Sí, pero por otro motivo
- Sí, por Feria y por otros motivos
- No volveré



Fuente: Elaboración propia

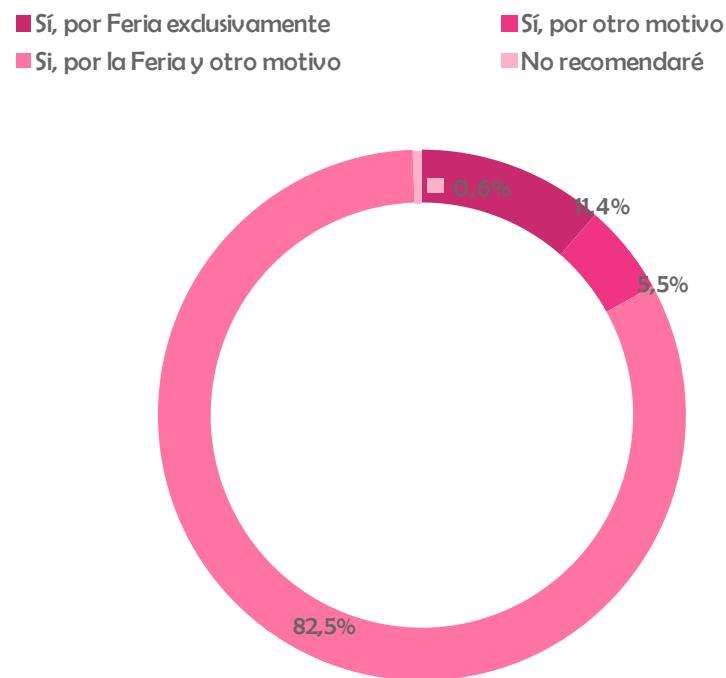
La práctica totalidad de los excursionistas (96,8%) afirmó tener intención de regresar al destino en el medio plazo; mientras que un 3,2% afirmó que no volverá.

En concreto, el 52,0% dijo que volverá tanto por Feria como por otros motivos; el 28,7% que volverá por otros motivos (Ocio y vacaciones, visita a familiares y amigos, etc.) y el 16,1% que volverá pero por Feria exclusivamente.

Intención de Recomendar

Casi la totalidad de los excursionistas manifiestan tener **intención de recomendar el destino Málaga** ciudad a sus familiares y amigos.

Ocho de cada diez afirmaron que recomendarán la visita a Málaga tanto por Feria como por otros motivos; y un 11,4% que lo hará exclusivamente por la Feria.



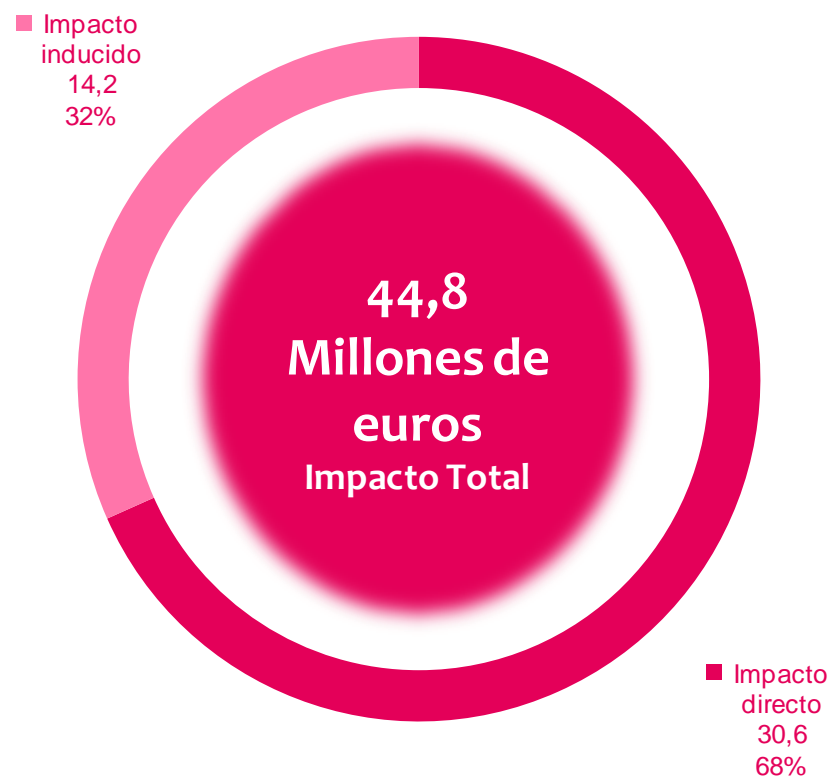
Fuente: Elaboración propia

6. Impacto económico

El impacto directo del gasto de los visitantes de Málaga durante la Feria del año 2014 se ha calculado en base al **gasto medio de cada uno de los conceptos de gasto incluidos en las partidas analizadas**, a saber: transporte, alojamiento, restauración, compras (alimenticias y no alimenticias), actividades de ocio y cultura, y otros conceptos; elevados al número de visitantes que llegaron a la ciudad, resultando un impacto económico directo que asciende a **30,6 millones de euros**.

El número de visitas que se produjeron en la ciudad durante la Feria 2014 fue de **449.410 visitas (entre turistas y excursionistas)**. De las cuales, de excursionistas se estiman que llegaron a la ciudad un total de **262.894 visitas que no pernoctaron** en la misma. De forma contraria, el número de **visitas turísticas** ascendió a **186.516**, lo que supone hablar de **20.724 turistas diarios**, de media durante los nueve días de la Feria.

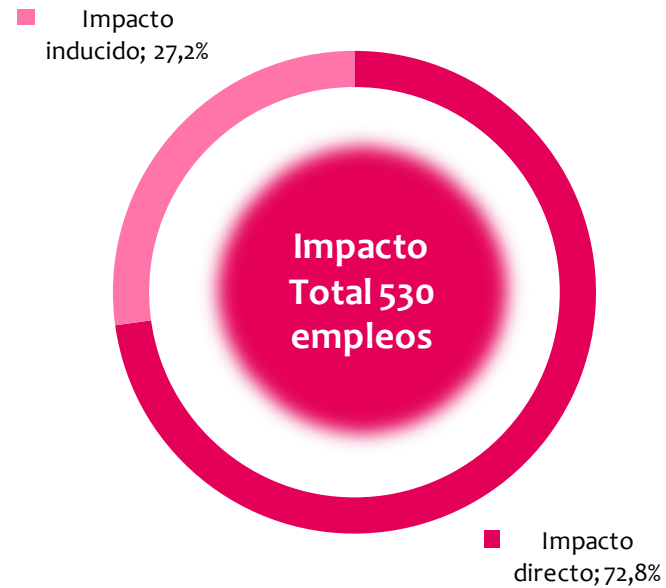
Concretamente, el gasto efectuado por los visitantes durante la Feria del año 2014, fue de **30.596.915,32 euros**. El gasto se reparte en nueve partidas que van desde el **transporte en la ciudad, el alojamiento, la restauración, las actividades de ocio, las actividades culturales, las compras, etc.**



Aplicando la metodología Input-Output, **el impacto inducido calculado asciende a los 14,2 millones de euros. La estimación del impacto total generado por el gasto del visitante de Feria en Málaga durante el año 2014 es de 44,8 millones de euros.**

Estimación de empleo

En lo que respecta al empleo, se estima que el gasto de los visitantes durante la Feria de Málaga 2014 significa para la ciudad **530 empleos equivalentes anuales a tiempo completo**, lo que supone unas 13.542 jornadas laborales cada día de feria.



Anexo: Diferencias entre los Visitantes de la feria de Málaga según recinto

Principales diferencias de los visitantes a la feria de Málaga según recinto:		Centro Histórico	Cortijo de Torres
Tipología de visitante	Turistas	58,8%	39,0%
	Excursionistas	41,2%	61,0%
País de Orígen	España	54,0%	81,0%
	Internacional	46,0%	19,0%
Comunidad Autónoma	Andalucía	31,8%	69,6%
	Madrid	22,3%	9,9%
	Cataluña	15,9%	6,3%
	Otras	30,0%	14,1%
Situación Laboral	Ocupado	67,9%	70,3%
	Estudiante	19,7%	10,9%
	Otras	12,4%	18,8%
Forma de Viajar	Sólo	14,2%	5,5%
	En pareja	26,4%	35,1%
	En familia	19,6%	25,1%
	Con amigos	39,6%	34,3%
Calificación del destino	Promedio	8,6	8,7
Número de visitas	Primera vez	51,7%	33,1%
	Más de una vez	48,3%	66,9%
Si es su primera visita, ¿cómo conoció la Feria?	Por familiares y amigos	60,3%	71,3%
	En internet	9,6%	6,4%
	Otras formas	22,0%	11,7%
Intención de volver a la ciudad	Sí, por Feria exclusivamente	18,7%	10,2%
	Sí, pero por otro motivo	32,3%	26,6%
	Sí, por Feria y por otros motivos	40,4%	60,1%
	No volveré	8,6%	3,1%
Intención de recomendar la ciudad	Sí, por Feria exclusivamente	13,1%	8,2%
	Sí, pero por otro motivo	14,4%	2,5%
	Sí, por Feria y por otros motivos	71,8%	88,7%
	No recomendaré	0,6%	0,7%
Presupuesto por persona y día	Promedio	85,75 €	62,92 €

Las **principales diferencias detectadas** entre los visitantes de ambos recintos son las siguientes:

- Los **visitantes del Cortijo de Torres** son principalmente excursionistas. Sobre todo tienen nacionalidad española y provienen de la propia comunidad autónoma andaluza. Las visitas se realizan mayoritariamente bien viajando en pareja o bien en familia. Se trata de un visitante experimentado ya que ha visitado con anterioridad la Feria. Tiene intención de regresar a la ciudad tanto por Feria como por otros motivos y el gasto medio de su visita por persona y día es de 62,92 euros.
- Por otro lado, los **visitantes del Centro Histórico** son mayoritariamente turistas. Entre estos visitantes el peso del visitante internacional así como el del nacional procedente de otras comunidades autónomas distintas a Andalucía es mayor que con respecto a los visitantes del Cortijo de Torres. Además, aquí se encuentra un mayor peso del visitante que elige la Feria de Málaga por primera vez, y el gasto por persona y día es de 85,75 euros.

Impacto económico y turístico de la feria de Málaga 2014

Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga



Estudio elaborado por:

Área de Turismo. Sociedad de Planificación y Desarrollo, SOPDE.

