

ESTUDIO SOBRE USUARIOS RUTA MÁLAGA – NUEVA YORK OPERADOR: DELTA AIR LINES

AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA
ÁREA DE TURISMO



Ayuntamiento
de Málaga

El presente estudio recoge los resultados de la encuesta que se realizó bajo petición del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, para conocer la viabilidad de extender el periodo comercial de la ruta aérea Málaga-Nueva York de la compañía Delta Air Lines.

Delta Air Lines es una aerolínea comercial estadounidense cuya base está situada en Atlanta, Georgia. Es miembro fundador, junto con Aeroméxico, Air France y Korean Air, de SkyTeam, una alianza de aerolíneas globales que ofrece a los clientes un gran número de destinos alrededor del mundo, vuelos y otros servicios. Incluyendo a sus socios de SkyTeam, así como socios a nivel mundial de código compartido.

El avión que enlaza ambas ciudades diariamente es un Boeing 757-200 con capacidad para 165 pasajeros(30 asientos de primera clase, y 135 asientos en clase turista).

El vuelo directo que enlaza AGP con NYC comenzó a operar en la temporada de verano en el 2017.

Metodología de la investigación

| | |
|-----------------------------|------------------------|
| Número de encuestas válidas | 154 |
| Individuos encuestados | 410 |
| Nivel de confianza | 95% |
| Margen de error | 4.5% |
| Periodo de muestreo | Agosto/Septiembre 2018 |
| Tipo de muestreo | Muestreo estratificado |

Plan de trabajo

- Periodo de recogida de datos: Agosto/Septiembre de 2018
- Lugar: Área de salidas y área de llegadas del Aeropuerto de Málaga
- Metodología aplicada: Muestreo estratificado. Este tipo de muestreo divide a la población objetivo en subgrupos de los cuales se seleccionan los sujetos de manera aleatoria de manera proporcional con lo que se consigue caracterizar con más exactitud a los sujetos de estudio.

Hipótesis de trabajo:

- H1: Los usuarios de la de la ruta Málaga-Nueva York llegan a Málaga por turismo y ocio o negocios.
- H2: Los usuarios están satisfechos con su visita a Málaga
- H3: Los servicios que ofrece el desino “Málaga” son satisfactorios

Para tal efecto, se elaboraron dos encuestas (una para quienes llegaban a Málaga y otra para los usuarios que partían de Málaga con destino a Nueva York).

Por lo general, los usuarios del trayecto Nueva York-Málaga (y su correspondiente retorno) son norteamericanos (en un 98 por ciento de los casos), mientras que los usuarios del trayecto Málaga-Nueva York (y su correspondiente trayecto de regreso) son nacionales españoles o residentes en España en el 98% de los casos, con un 2% con pasaporte británico y residencia en Gibraltar.

- Número de encuestas elaboradas a pasajeros residentes en los EE.UU: 96
- Número de encuestas elaboradas a pasajeros nacionales: 58

Las encuestas constaban de una batería de 20 preguntas comunes a ambos grupos y 9 preguntas específicas para los residentes en los EE.UU y 2 preguntas específicas para los residentes en España.

Las respuestas eran cerradas, teniendo los sujetos entrevistados que elegir entre grupos de información cerrada o preguntas con escalas de medición likert (Magnitudes de 1 a 7).

Adicionalmente uno de los objetivos era observar si en el mes de septiembre se producía un cambio significativo del tipo de viajeros ya que la operativa del verano está dominada por la tipología vacacional.

En la presentación de datos se debe tener en cuenta:

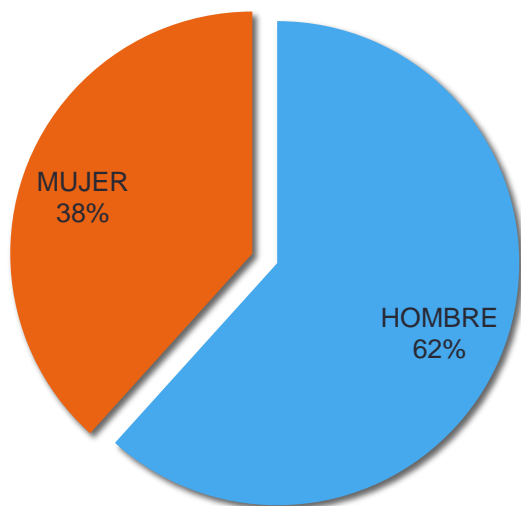
- Las cantidades están expresadas en términos porcentuales con respecto al total de la muestra y a los subtotales que representan cada grupo de residentes seleccionados (Norteamericanos y Españoles).
- Se presentan en grupos comparativos para obtener una visión amplia de los cuestiones estudiadas.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

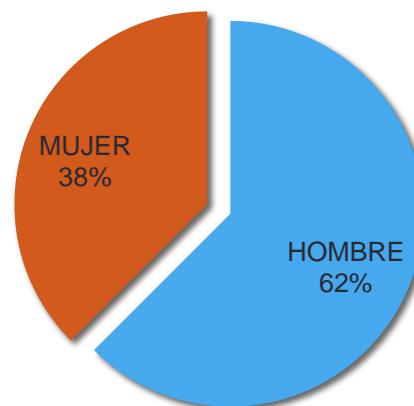
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

Distribución por sexos y origen

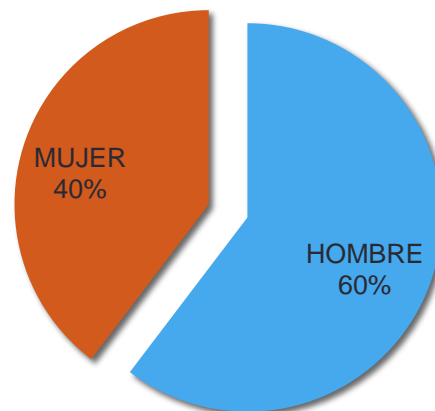
Pasajeros Totales



Norteamericanos

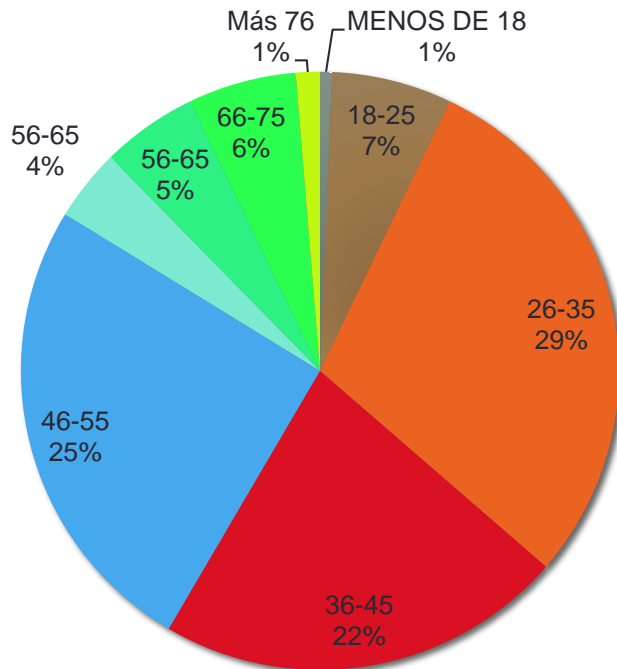


Españoles

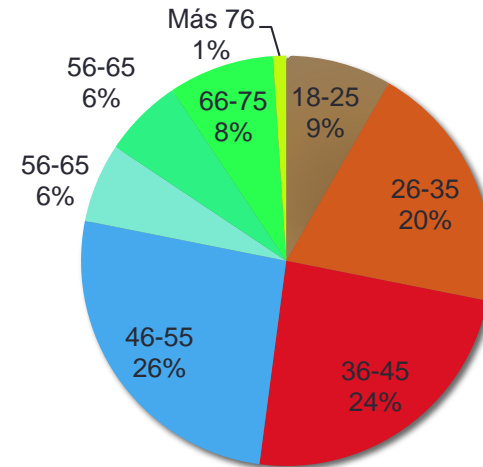


Composición por grupos de edades de los viajeros

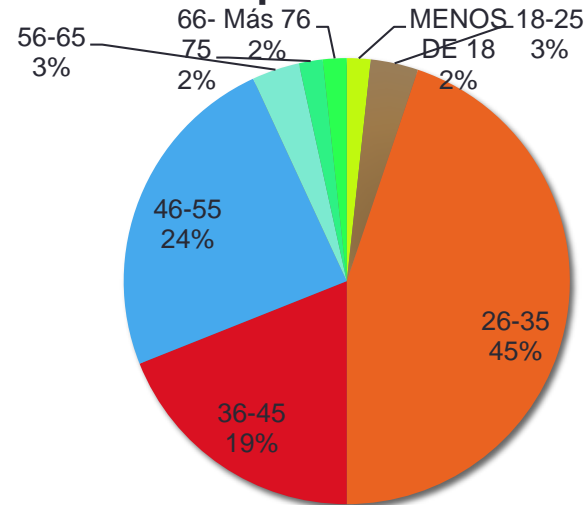
Pasajeros Totales



Norteamericanos

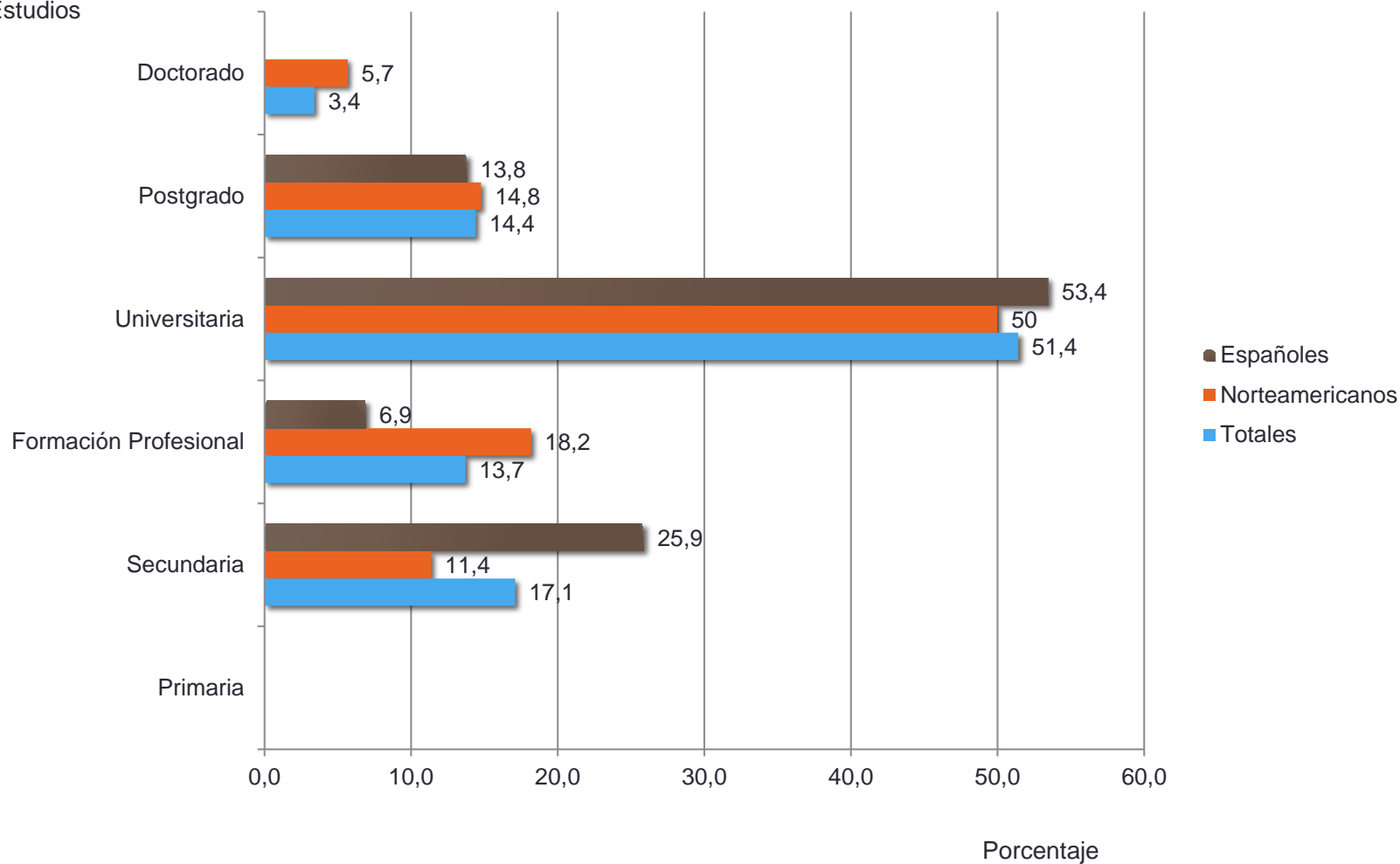


Españoles



Nivel de estudios

Estudios

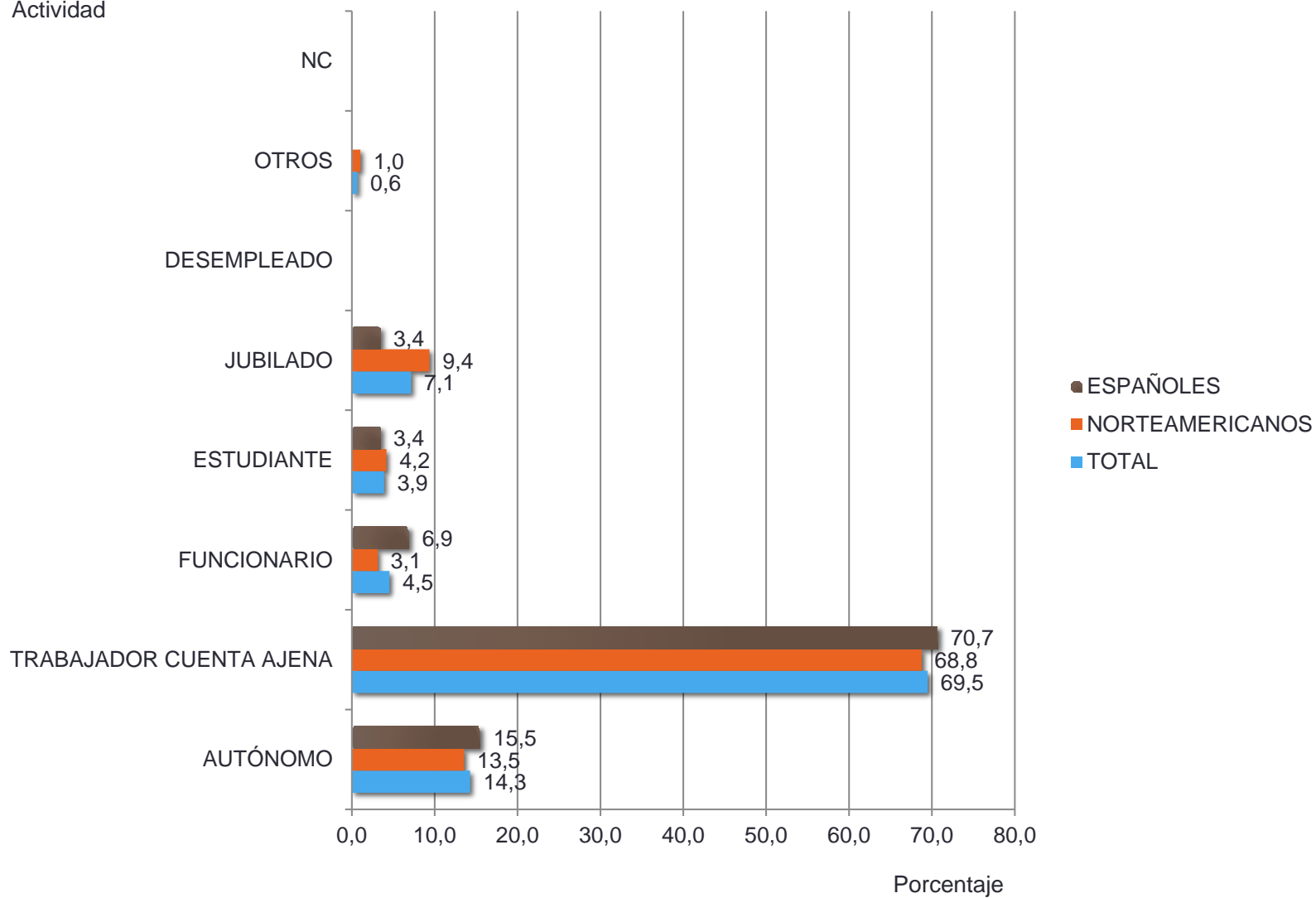


COMENTARIOS AL PERFIL SOCIODEMOGRAFICO

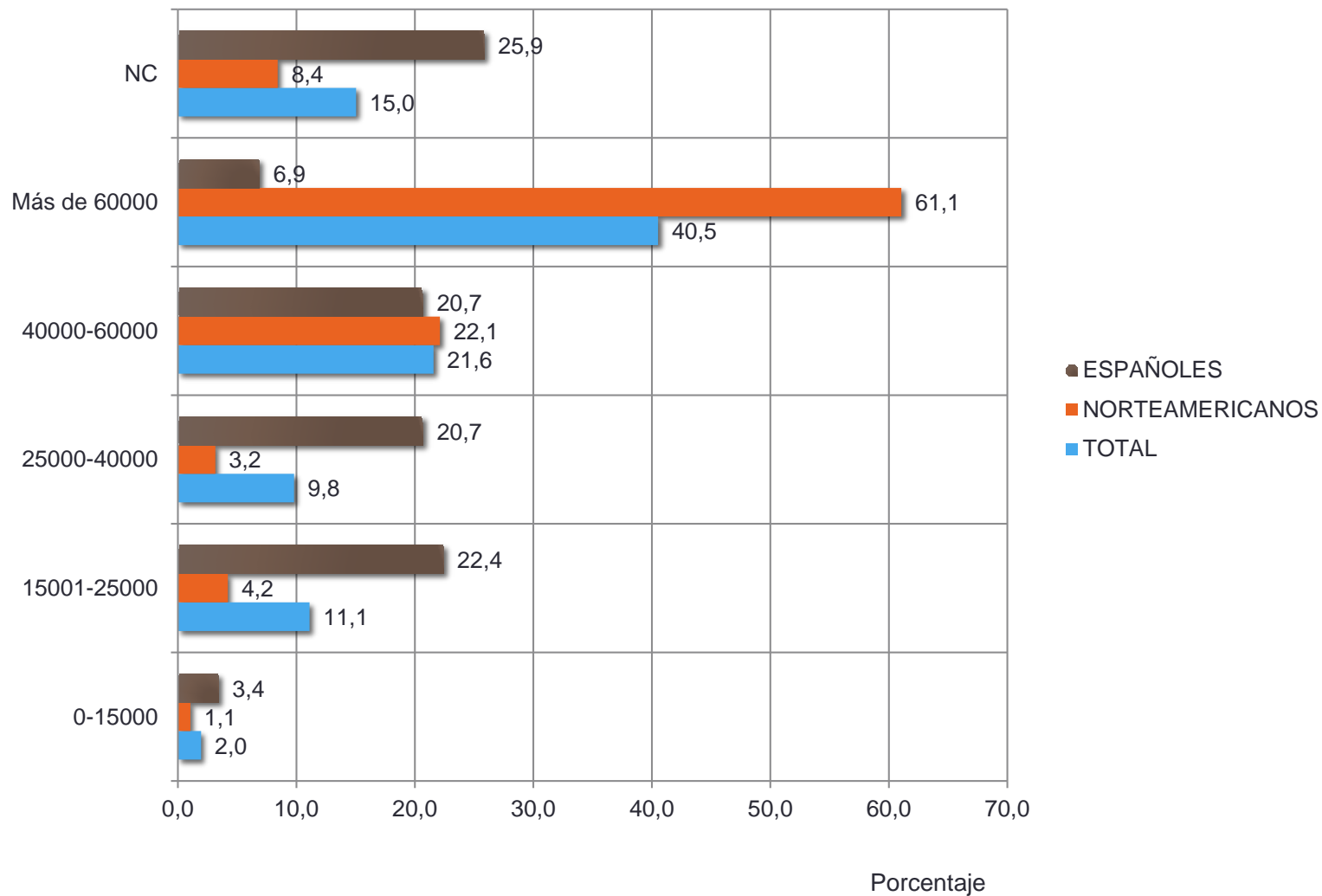
- La muestra se compone de hombres torno a un 60% y un 40% de mujeres. Los datos varían en porcentajes mínimos en los dos subgrupos seleccionados.
- La distribución por edades presenta diferencias. Mientras los residentes en España quedan definidos por el grupo de edad comprendido entre los 26 y 35 años en un 45 % de los casos, este grupo de edad solo supone un 20 por ciento en el caso de los redientes en EE.UU. En este segmento dominan los pasajeros con edades comprendidas entre los 46 y 55 años (un 26 por ciento), siendo una distribución similar a los grupos de 35-45 años (24%) y 26-35 años (20%).
- En cuanto a los niveles de educación destacan los licenciados universitarios que llegan al 50% en el caso de los norteamericanos, al 53,4% de los nacionales. Los niveles de postgraduados son similares hayandose una diferencia en los niveles de formación profesional (mayores en el caso de los norteamericanos con un 18,2% frente al 6,9% español).

Ocupación

Actividad



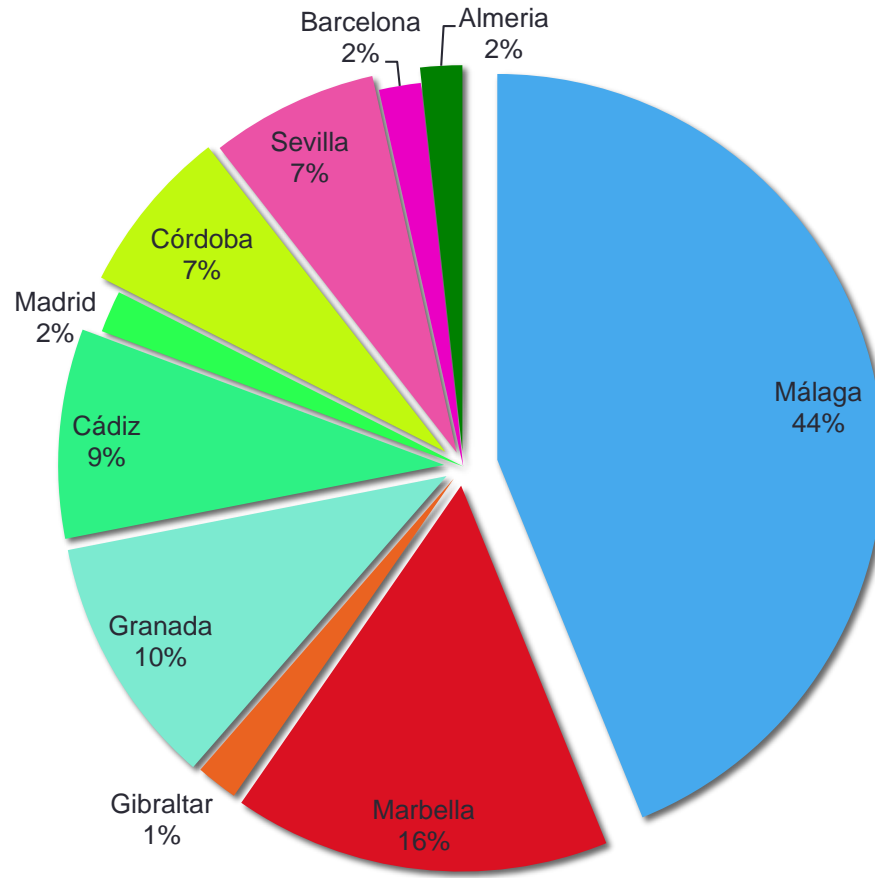
Nivel de ingresos (en euros)



COMENTARIOS AL PERFIL SOCIODEMOGRAFICO

- En cuanto a al tipo de ocupación, las tasas de empleados por cuenta ajenas también son similares. El total de los dos segmentos alcanza un 69,5%, muy similar a la tasa de trabajadores autónomos (un 15,5% para los españoles frente a un 13,5 para los norteamericanos). Se podría señalar una variación en entre los jubilados con residencia en los EE.UU. que suponen un 9,4 por ciento del contingente de pasajeros frente a un 3,4% de los españoles.
- En cuanto al nivel de ingresos declarados, en este apartado aparecen profundas diferencias entre los dos segmentos. Un 61,1% de los norteamericanos declara ingresos superiores a los 60.000 euros anuales frente a un 6,9% de los nacionales. Le sigue, en el caso del segmento de los EE.UU de un 22,1 por ciento que dice tener ingresos entre los 40.000 y los 60.000 euros.
- Hay que señalar que en el caso de los españoles esta pregunta no fue respondida por un 25,9% de los encuestados. En el caso de los españoles los grupos de ingresos se reparten de manera homogénea a los entrevistados con cuotas de entorno al 20 por ciento.

Lugar de residencia (españoles)



Lugar de residencia (norteamericanos)

VISITANTES
 (% sobre el total
 de visitantes
 norteamericanos)

CIUDAD Y ESTADO

| | |
|----------------------|------|
| St Paul (MiS) | 3,1 |
| Minneapolis (MINE) | 1,0 |
| NYC(NY) | 44,8 |
| Whasinton DC | 4,2 |
| Nashville (Tenne) | 1,0 |
| West Palm Beach (FL) | 1,0 |
| Portland (Maine) | 4,2 |
| Indianapolis)(Ind) | 3,1 |
| Boston(MASS) | 5,2 |
| Miami (FL) | 4,2 |
| Mobile (ALA) | 1,0 |
| Manalapan (PEN) | 1,0 |
| Los Ángeles (CAL) | 2,1 |
| Seatl (WAS) | 3,1 |
| Providence (RI) | 1,0 |
| Sanfod (FL) | 1,0 |
| Alexandria (VIR) | 1,0 |
| Bangor (Maine) | 1,0 |
| Tampa (FL) | 1,0 |
| Denver (COLOR) | 2,1 |
| Chicago (ILLI) | 3,1 |
| Albany (NY) | 2,1 |
| Kansas City (KAN) | 1,0 |
| Detroit (MICH) | 1,0 |
| Long Beach (CAL) | 1,0 |
| Springfield (MICH) | 3,1 |
| | |
| Auckland (NZL) | 1,0 |
| Mexico DF | 1,0 |



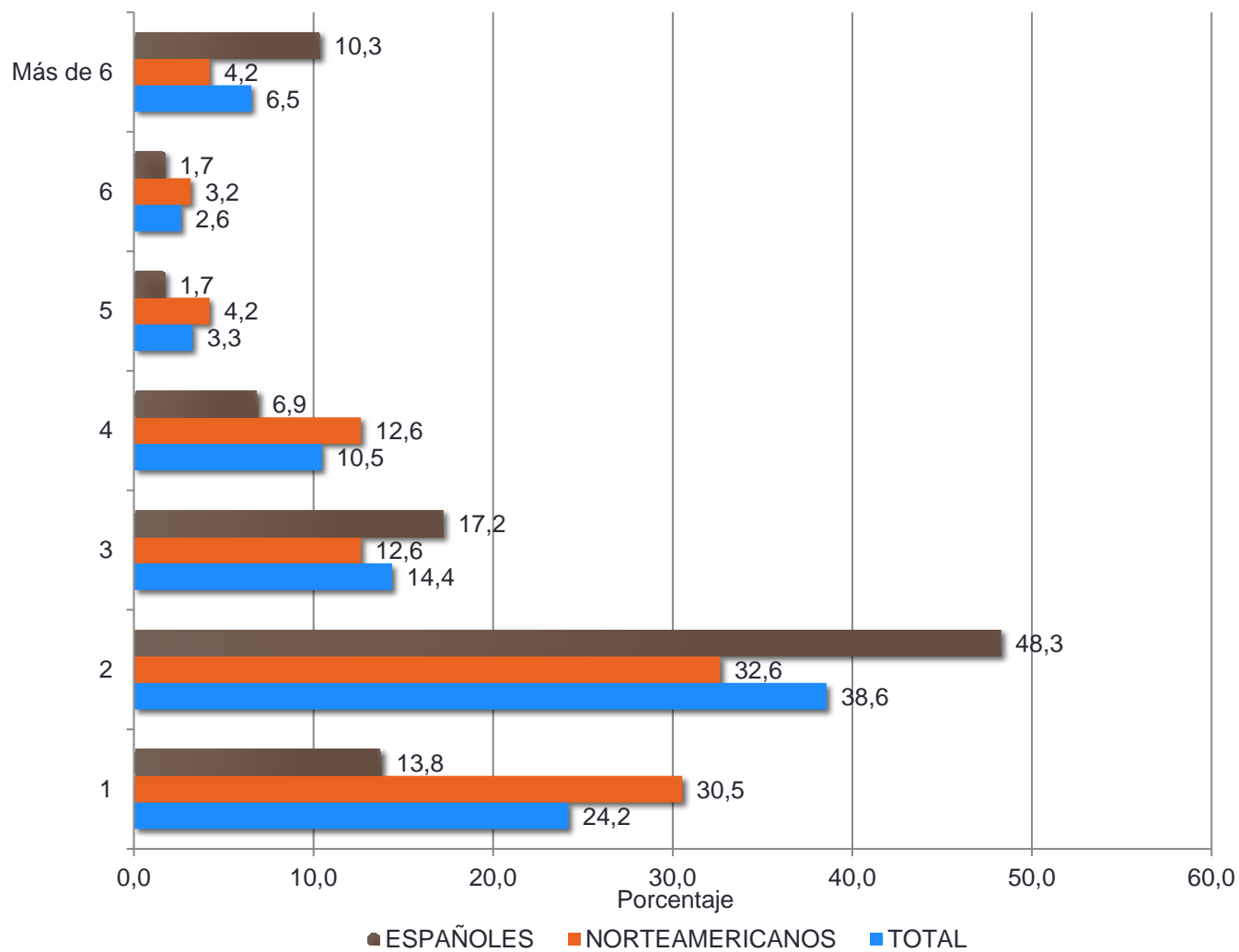
COMENTARIOS AL PERFIL SOCIODEMOGRAFICO

- El lugar de origen de los residentes nacionales se sitúa mayoritariamente en Málaga (43% de los casos), Marbella (15%), mientras que Cádiz, Sevilla, Córdoba y Granada aportan entre un 7 y un 10% de los usuarios de la línea.
- En el caso de los residentes en los EE.UU. el contingente más importante tiene residencia en la ciudad de Nueva York (44,8% de los usuarios del vuelo). El resto de los viajeros se reparte entre un gran número de estados que se distribuyen en el medio-este (con especial significación de Massachusetts, Indiana, Washington D.C., Maine y Miami. Esta composición nos indica que el aeropuerto de NYC funciona como *hub* de distribución de viajeros del medio-este y la costa este hacia Málaga.

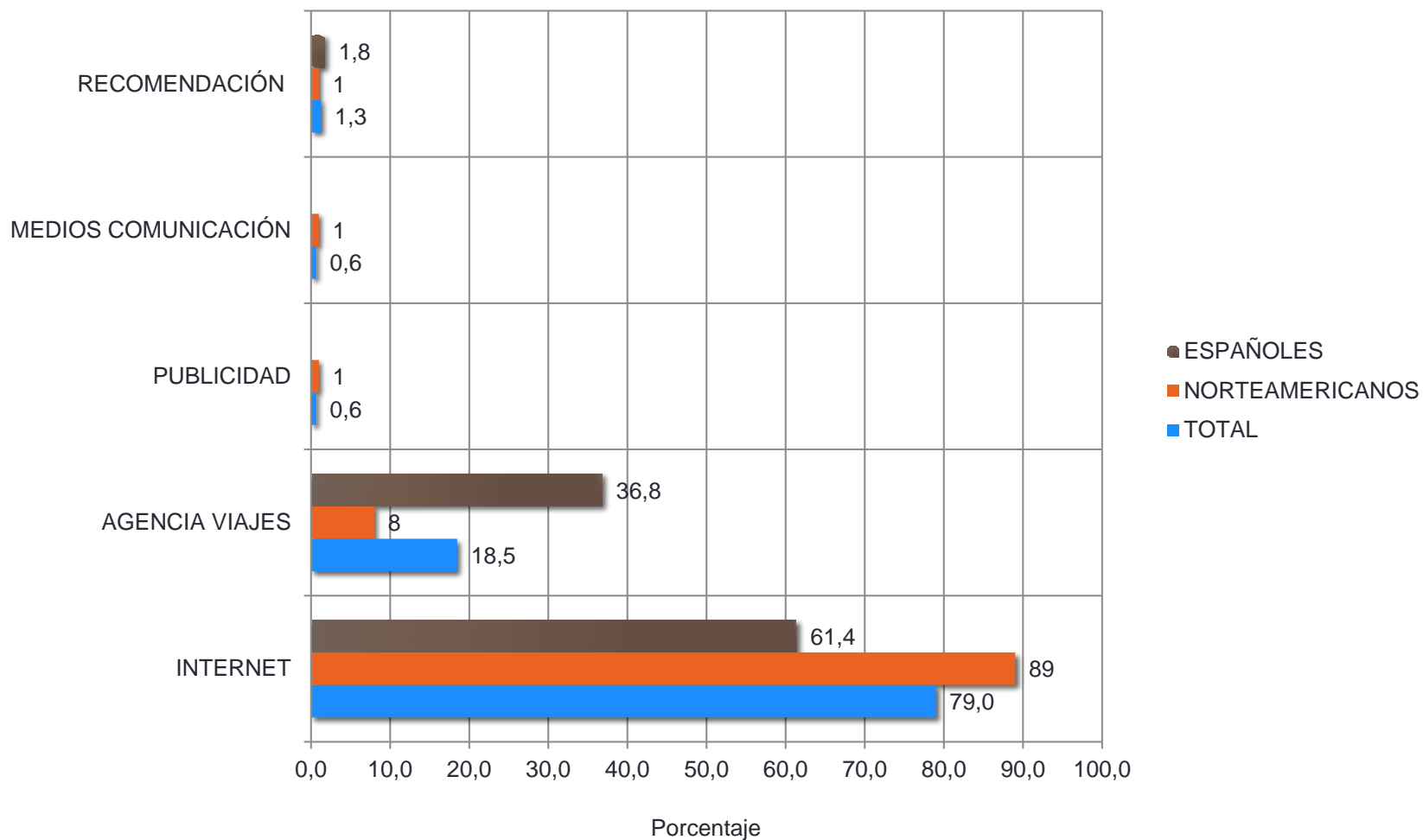
Hay que destacar los viajes de largo recorrido que tienen como destino final la Costa Oeste utilizando el *hub* del aeropuerto JFK de Nueva York como conexión hacia sus destinos.

INFORMACIÓN SOBRE LA ORGANIZACIÓN Y MOTIVACIÓN DEL VIAJE

Número de viajeros

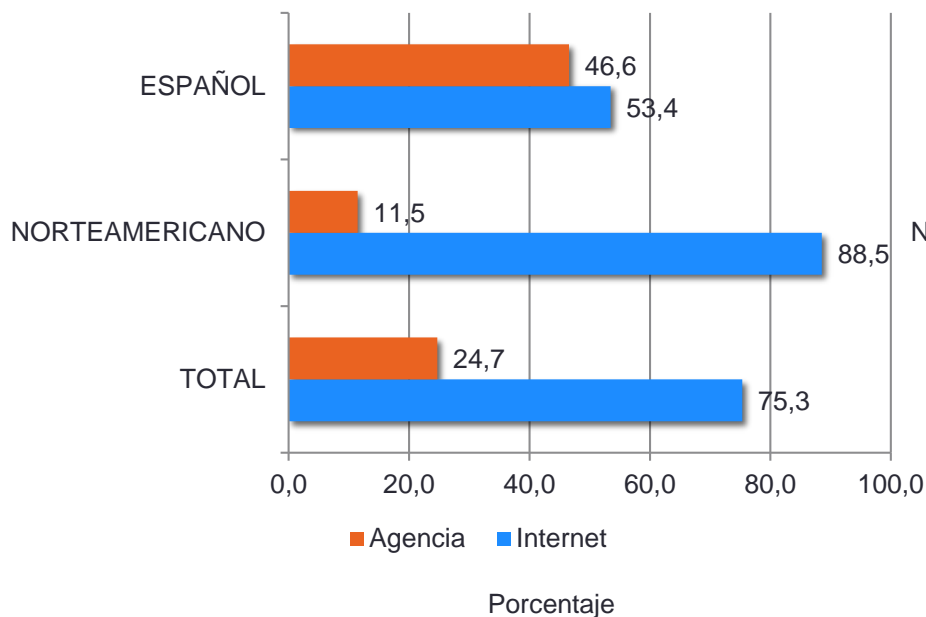


Fuentes de información

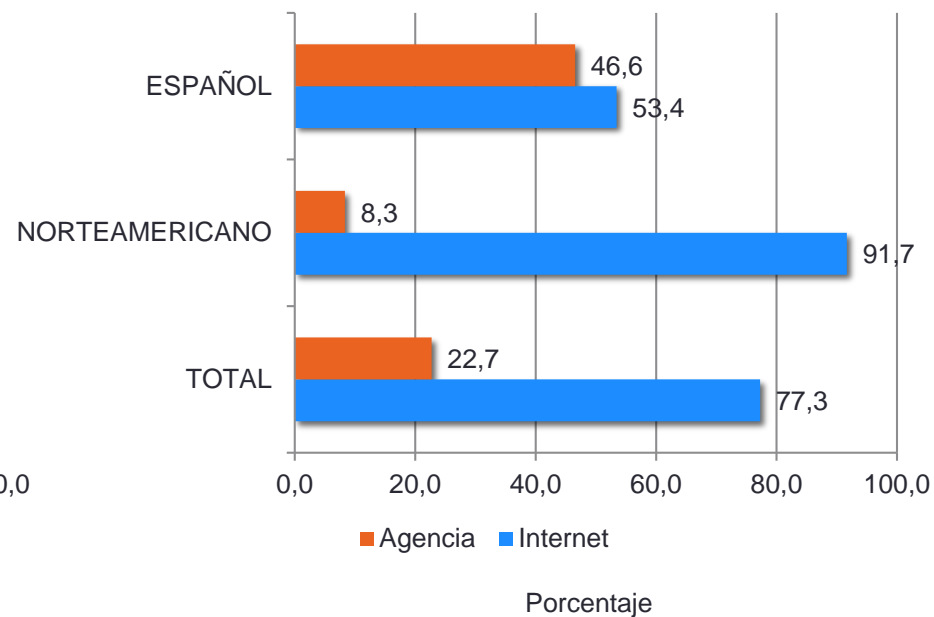


Canal de compra

Canal contratación hotel



Canal compra billete avión



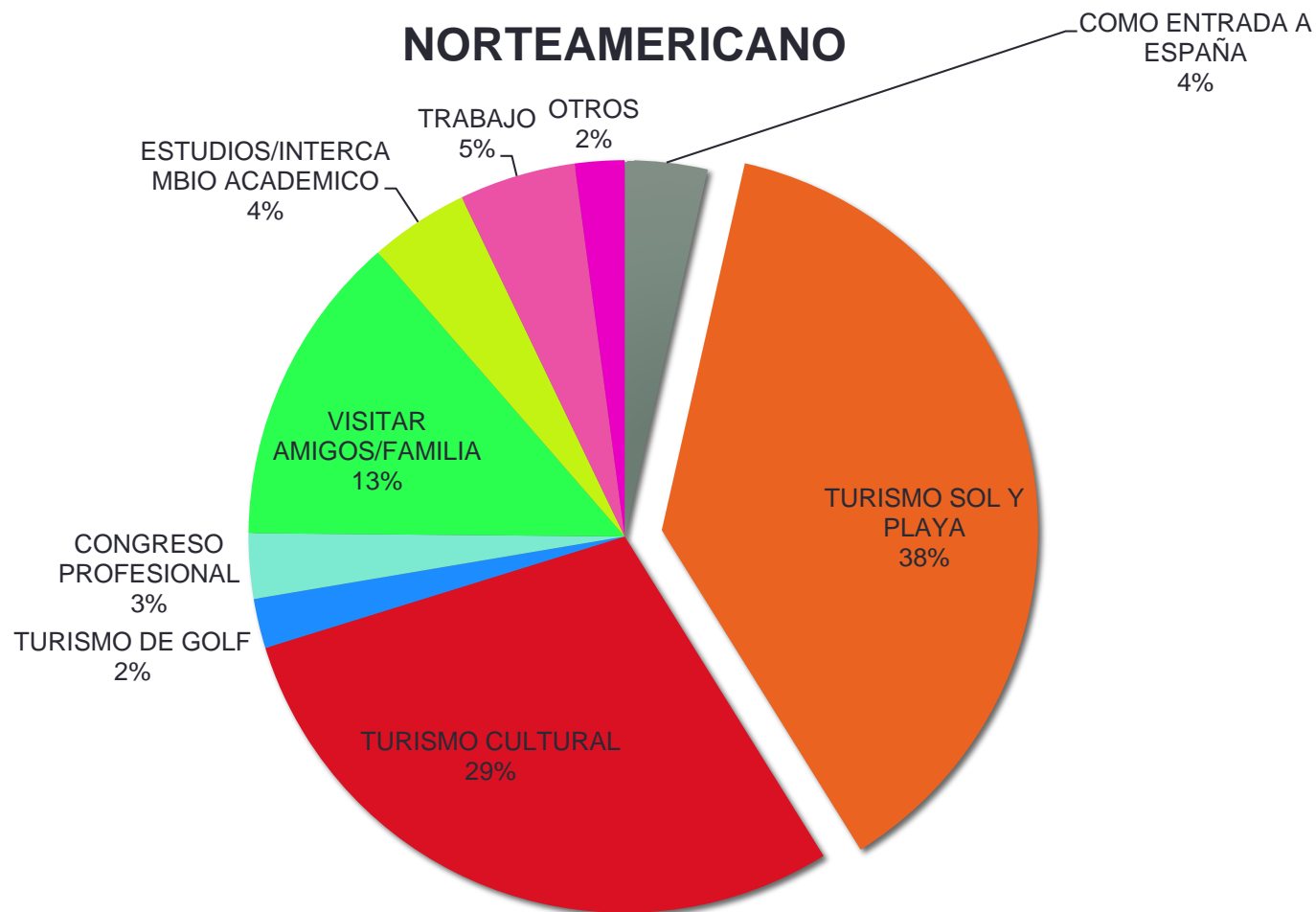
INFORMACIÓN SOBRE LA ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

- La fuente de información básica sobre la ruta Málaga-Nueva York operada por Delta Air Lines, proviene mayoritariamente de internet (un 79% del total). Sin embargo, existen profundas diferencias, mientras los residentes en los EE.UU en un 89% se informaron a través de internet, el grupo de nacionales españoles declara que en el 36,8% por ciento de los casos lo hacen a través de la agencia de viajes (frente a un 8% de los norteamericanos).
- Esto tiene un efecto directo sobre el canal de adquisición de los pasajes de avión y las reservas hoteleras. El 91,7% de los viajeros de los EE.UU hace sus compras de pasajes por internet (un 88,5% hace sus reservas por este medio). En el caso de los residentes españoles algo más de la mitad hacen sus compras y reservas por internet mientras que el 46,6% recurre a las agencias de viaje, lo que ilustra la importancia que todavía tiene este canal de ventas.

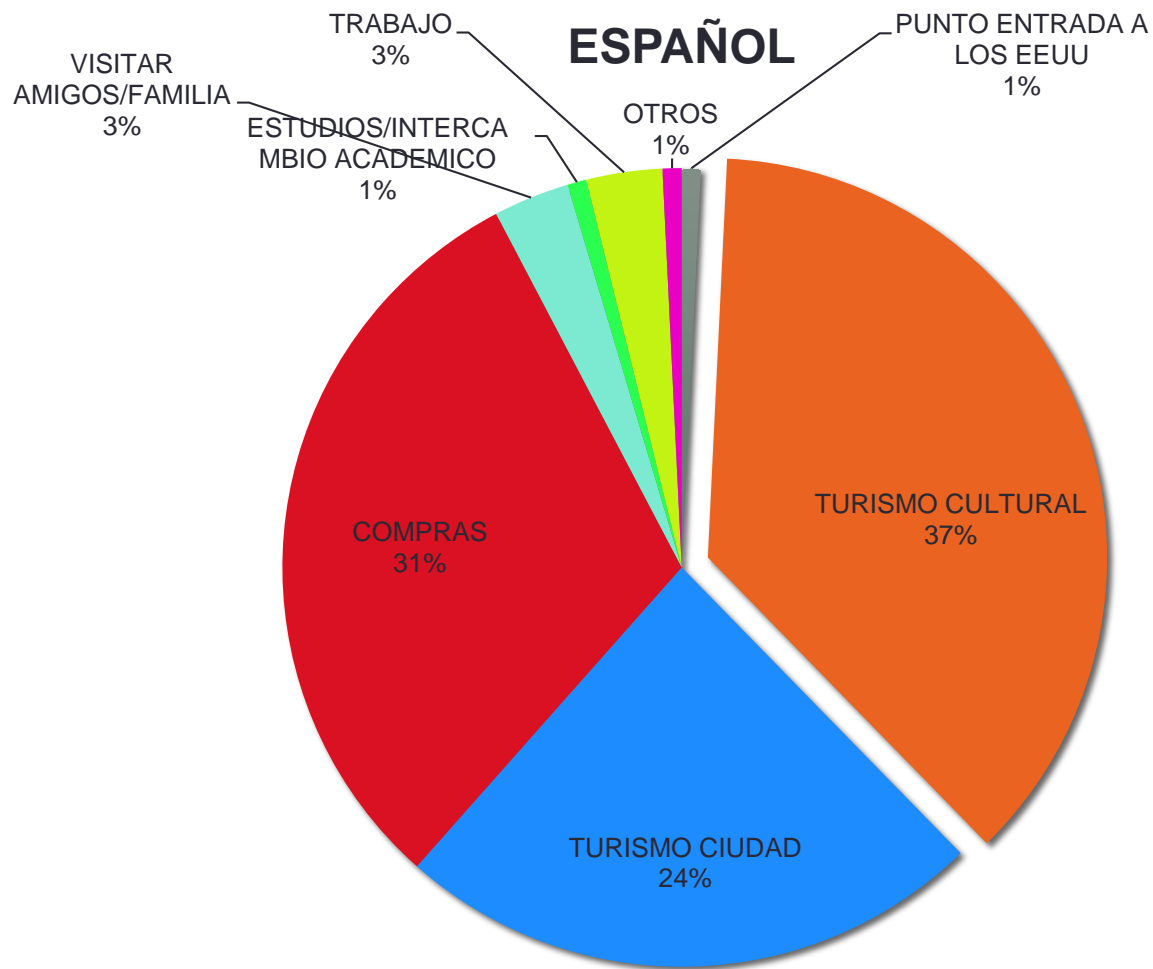
INFORMACIÓN SOBRE LA ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

- El modo de viajar es mayoritariamente en pareja (un 48,3% de españoles frente a un 32,6 de norteamericanos). Como dato anecdótico muchas de estas parejas son recién casados. Entre estos últimos se encuentran más viajeros que lo hacen solos (viajes de negocios) correspondiéndose con un 30,5%.

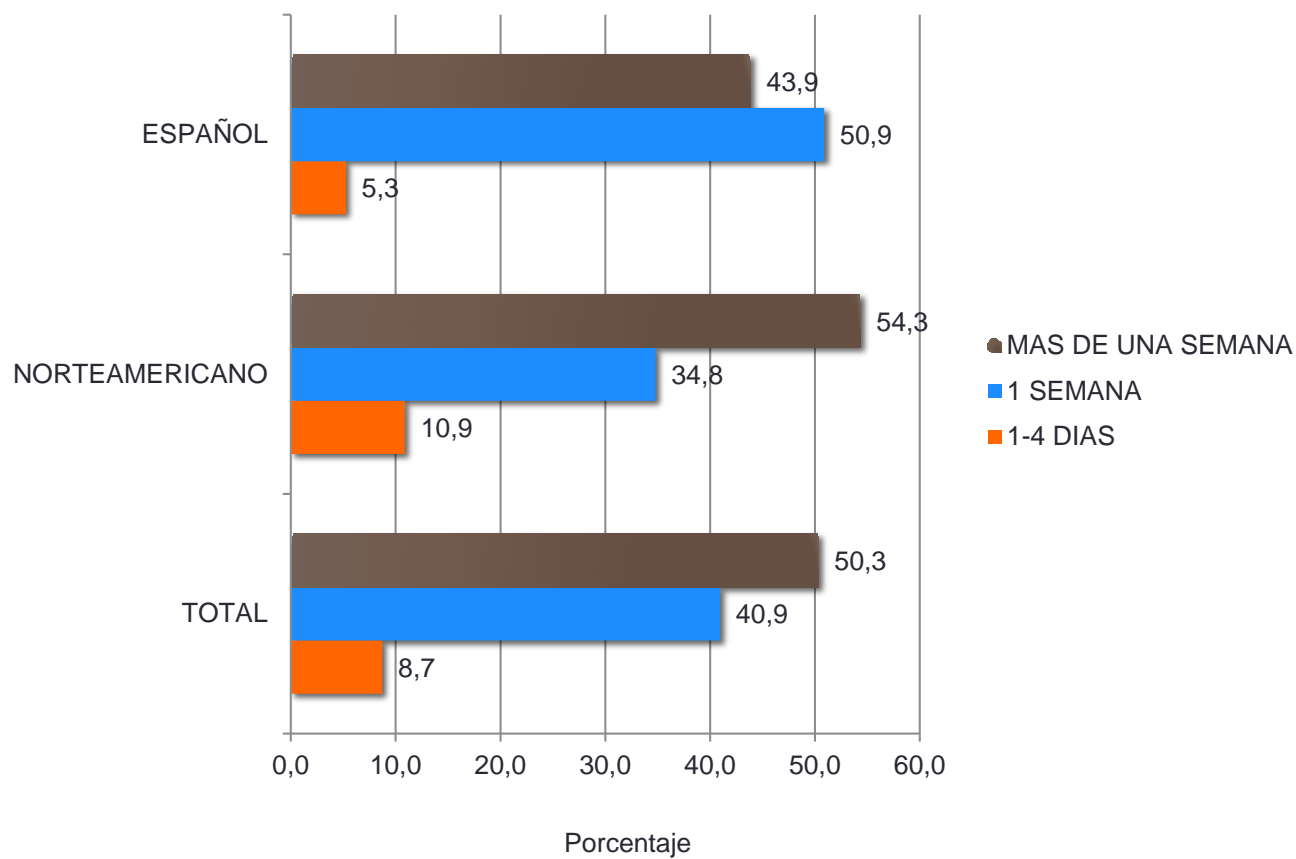
Motivación del viaje (1)



Motivación del viaje (2)



Duración del viaje



INFORMACIÓN SOBRE LA ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

El modo de viajar es mayoritariamente en pareja (un 48,3% de españoles frente a un 32,6 de norteamericanos). Como dato anecdótico muchas de estas parejas son recién casados. Entre estos últimos se encuentran más viajeros que lo hacen solos (viajes de negocios) correspondiéndose con un 30,5%.

Destacan los grande grupos familiares y de amigos que utilizan la ruta con motivos vacacionales (algo más de un 10% de los residentes españoles viajan en grupos de más de 6 personas).

Entre las motivaciones del viaje, los viajeros de los EE.UU. el sol y la playa son la principal motivación (37,6%), un 29,1% declara venir a España para realizar turismo cultural, mientras que un 13,5% tiene como motivación la visita de familiares y amigos.

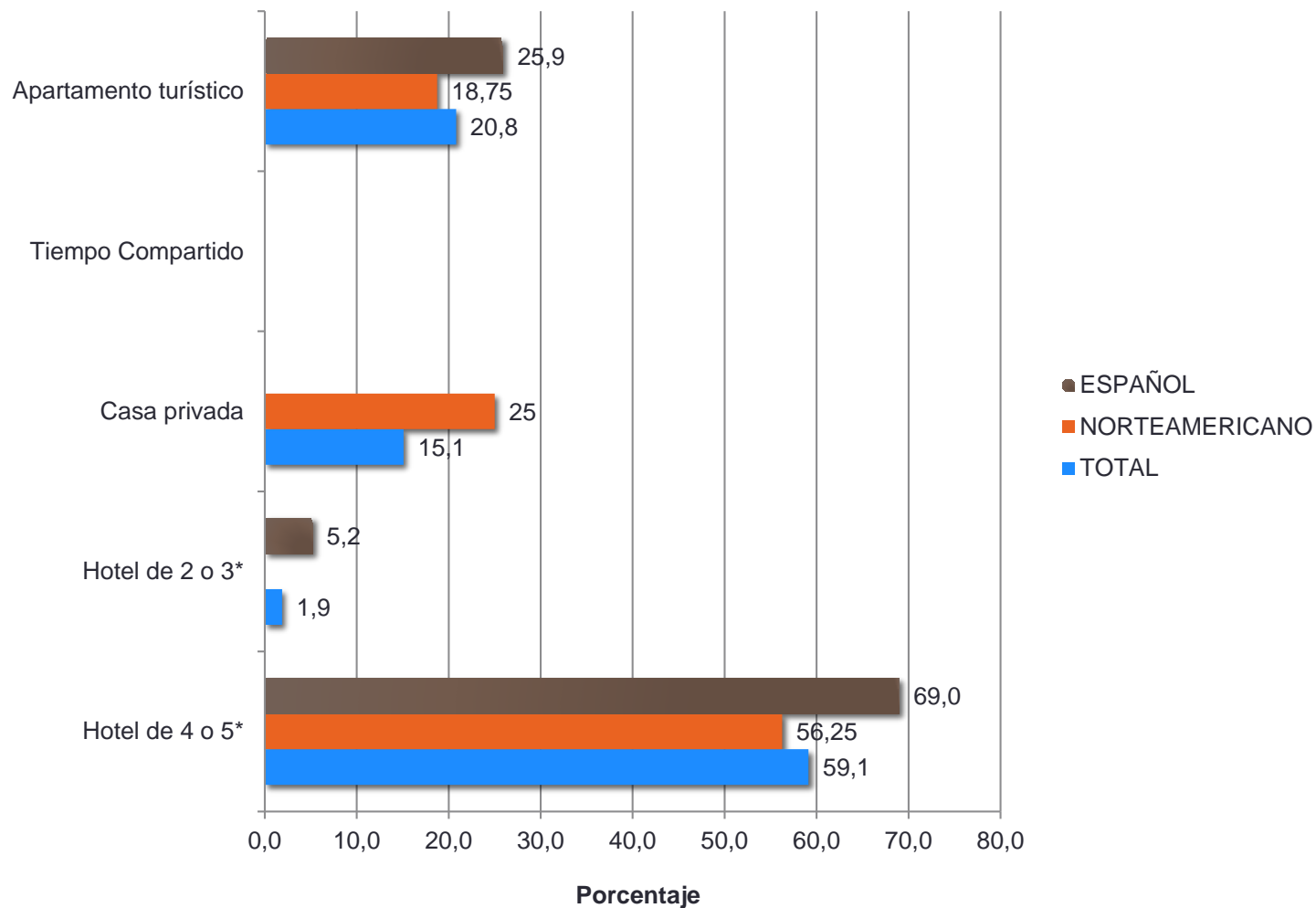
A partir de septiembre se observa un aumento de los visitantes de negocios que suman un 7,8 por ciento (suma de viajeros de negocios y asistentes a congresos profesionales).

INFORMACIÓN SOBRE LA ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

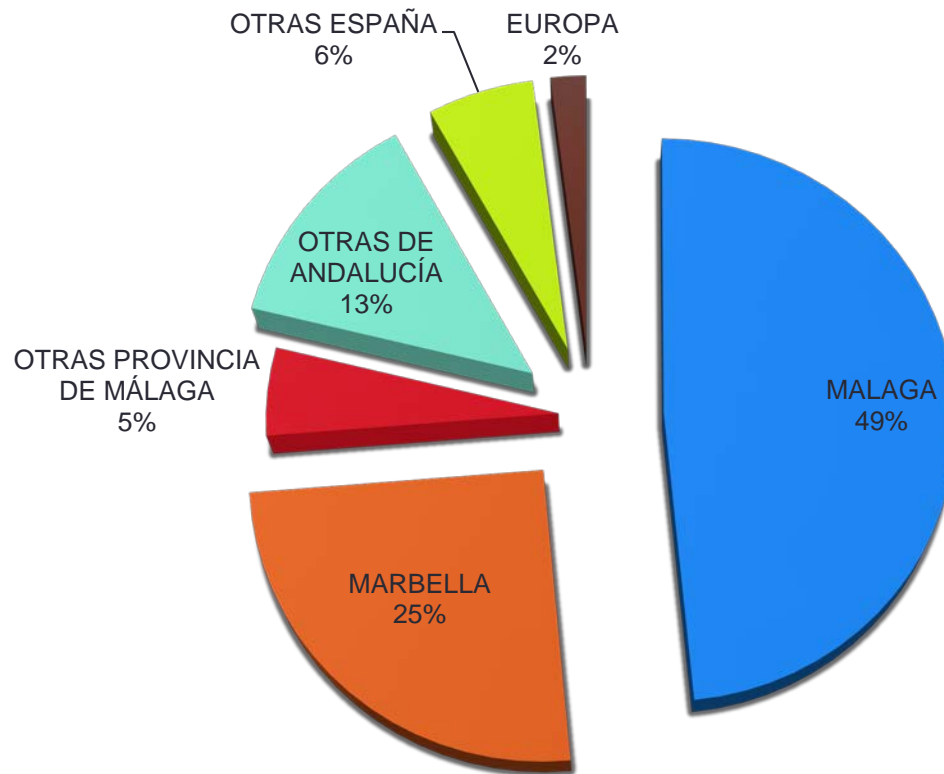
- El turismo deportivo tiene un curioso impacto. Por un lado, los jugadores de golf suponen una cuota pequeña (2,1%) pero se detectó un nutrido número de atletas que acudieron a dos eventos de atletismo que tuvieron lugar en Málaga. La competición en cuestión fue la **2018 World Senior Masters Athletics Championships** que tuvo lugar entre el 4 y el 16 de septiembre.
- En el caso de los viajeros nacionales que tienen como destino Nueva York, la motivación es el turismo cultural (36,9%), las compras (30,8%) y el turismo de ciudad (23,8%) de los casos.
- La duración de la estancia se sitúa en el 50,9% de los españoles en una semana, mientras que el 43,9% permanece más de una semana en el destino.
- Los norteamericanos permanecen en España más de una semana por lo general (54,3%), un 34,8% lo hacen durante una semana mientras que un 10,9% están entre 1 y 4 días, generalmente viajeros que llegan a Málaga por motivos de trabajo.

IMPACTO SOBRE EL DESTINO

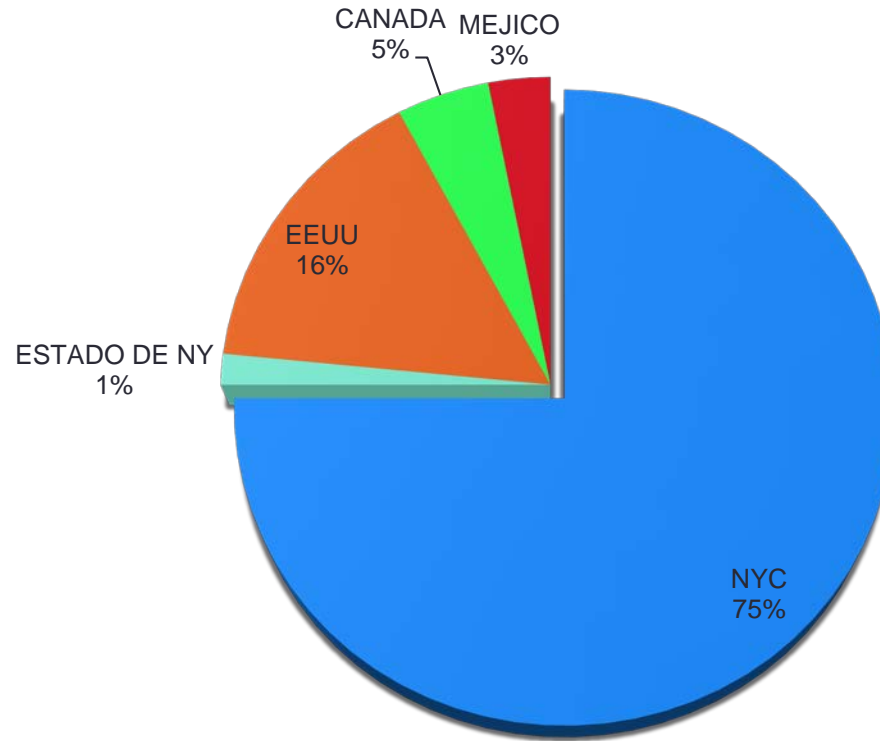
Tipo de alojamiento contratado



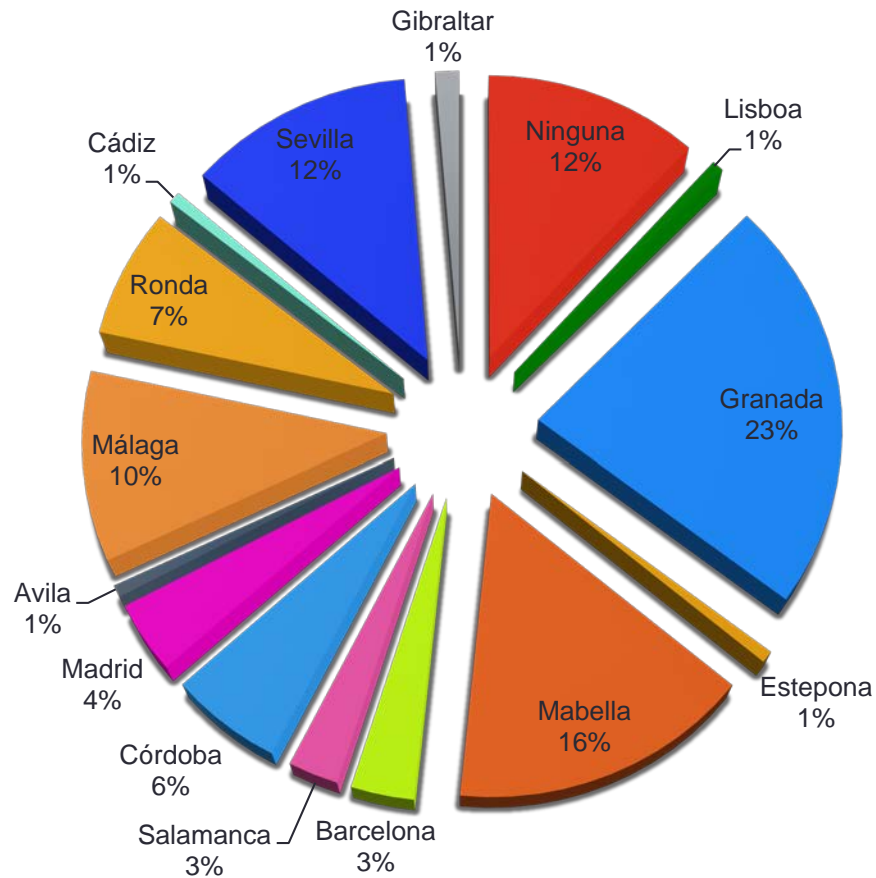
Destino final de los visitantes de los EE.UU



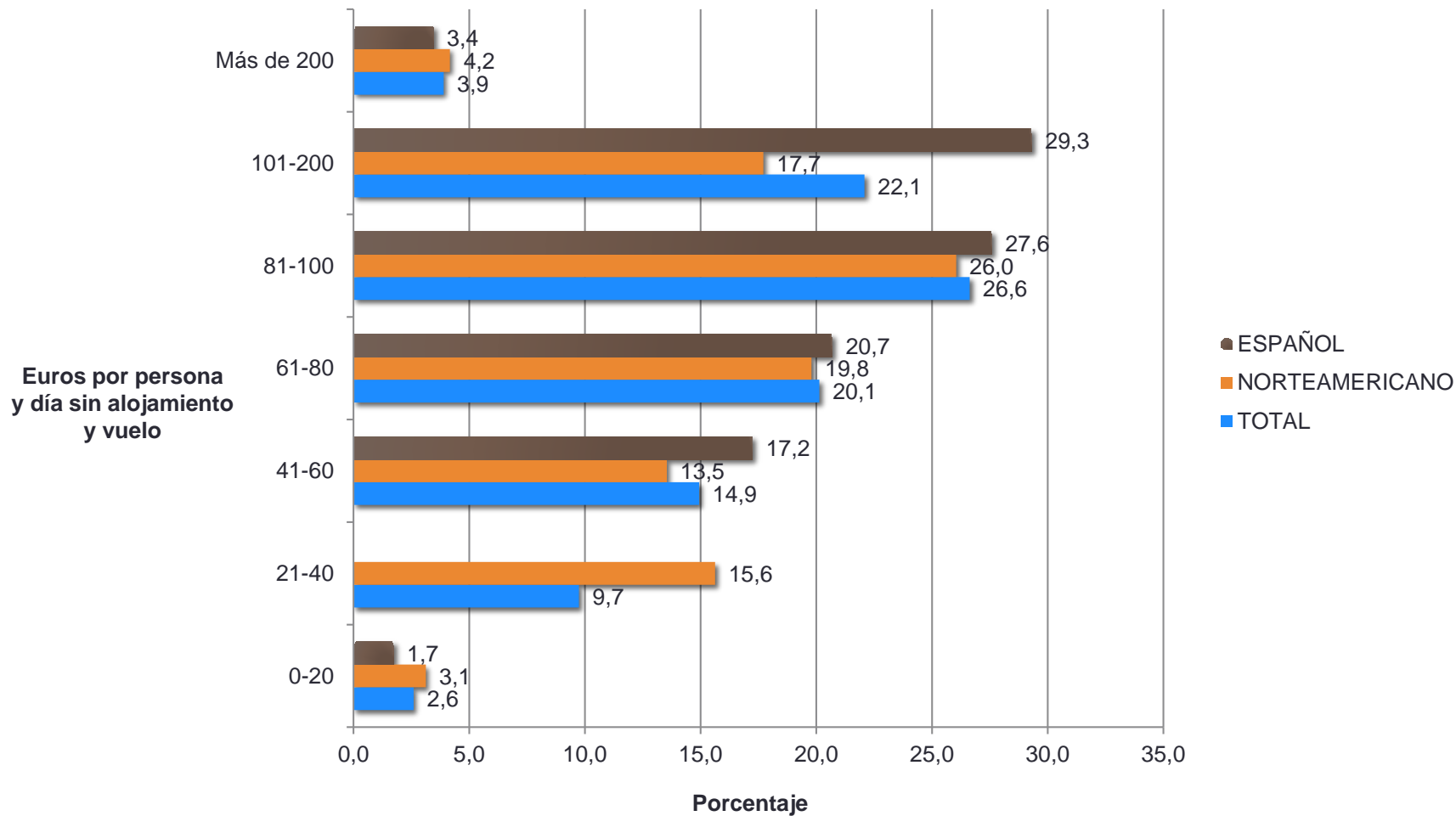
Destinos de los turistas españoles que utilizan la línea Málaga-Nueva York



Ciudades visitadas por los turistas norteamericanos



Gasto medio por persona y día



IMPACTO SOBRE LA RUTA

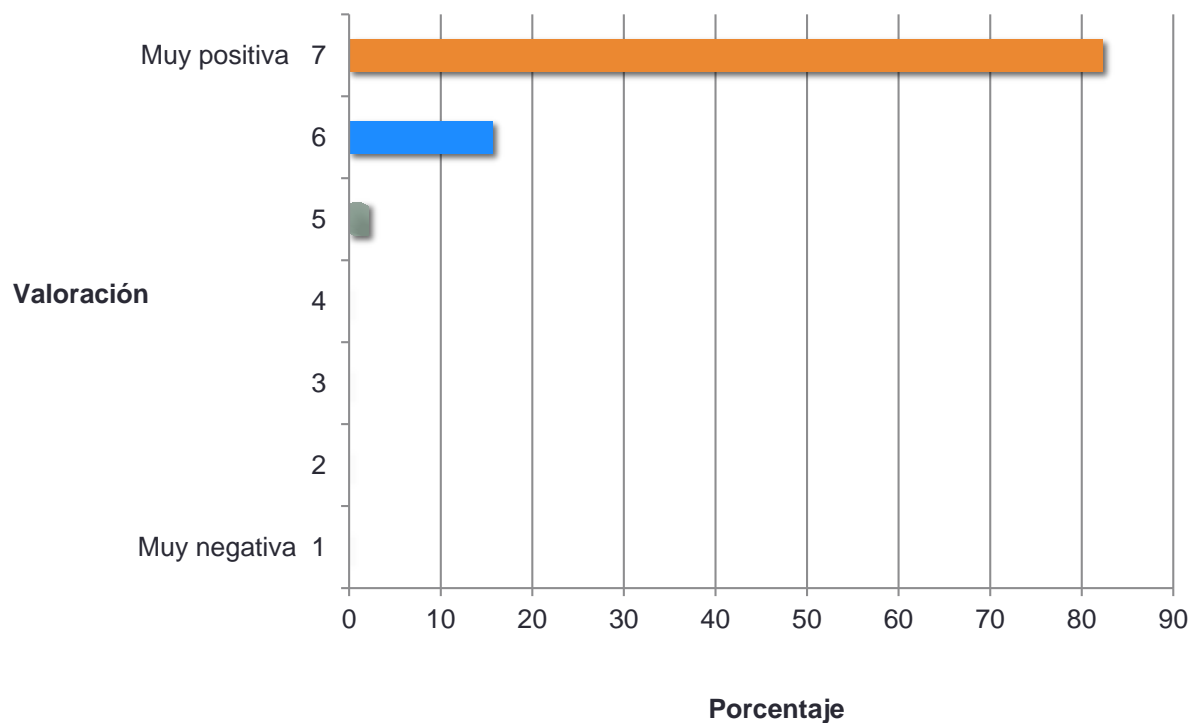
- El alojamiento mayoritariamente elegido tanto por los visitantes americanos y españoles son los hoteles de 4 y 5 estrellas. En el caso de los nacionales españoles se corresponden con el 69% mientras que los norteamericanos alcanzan el 56,25% en su estancia en España.
- Un 25% de los viajeros norteamericanos se alojan en casa de amigos o familiares, cifra similar a los usuarios españoles de apartamentos turísticos (25,9% frente a un 18,75% de los norteamericanos).
- En cuanto al destino elegido por los visitantes provenientes de los EE.UU. para la visita y el alojamiento en el 49% de los casos eligieron Málaga capital, seguido por Marbella (25%) segundo de otras ciudades de Andalucía (13%).
- En el caso de los viajeros nacionales el 75% decidió alojarse en la ciudad de Nueva York, mientras que un porcentaje del 15% viaja a otros destinos dentro de los EE.UU (Las Vegas y San Francisco por lo general).

INFORMACIÓN SOBRE LA ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

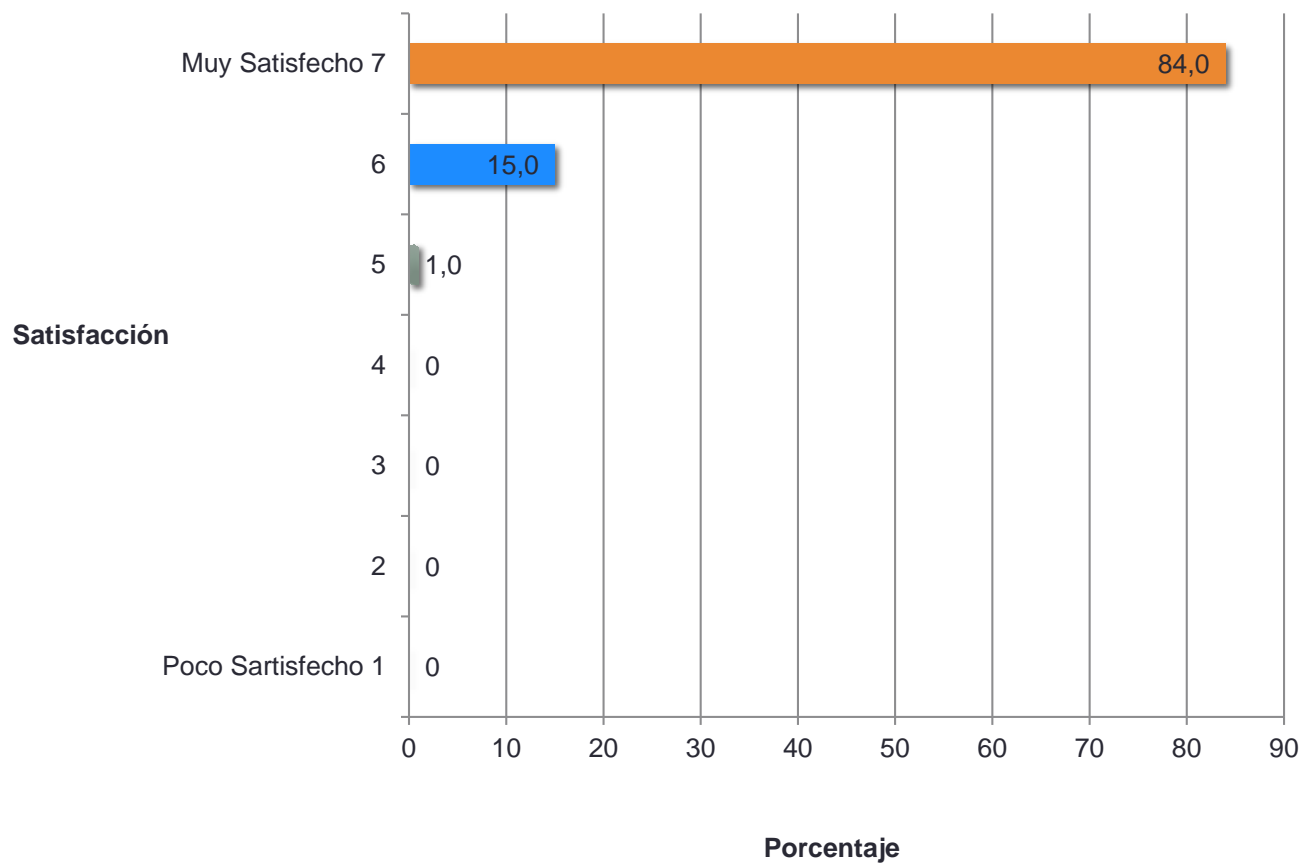
- Las ciudades que deciden visitar los turistas norteamericanos cuando se alojan en Málaga o Marbella son Granada (23% de los casos), Córdoba y Sevilla (6% y 12% respectivamente), Marbella en el caso de quienes visitan Málaga (15% de los visitantes) y Ronda y Málaga en el caso de quienes se alojan en Marbella.
- El gasto medio declarado por los españoles en su visita a Nueva York es mayor que el de sus homólogos, un 29,3% hace un gasto entre 101 € y 200 € frente a un 17,7%.
- Los visitantes de los EE.UU presentan una distribución homogéneas en los segmentos de 81 a 100 euros y 61 a 80 euros, de entre un 20% y un 27%.

SATISFACCIÓN Y LEALTAD AL DESTINO

Valoración general del destino

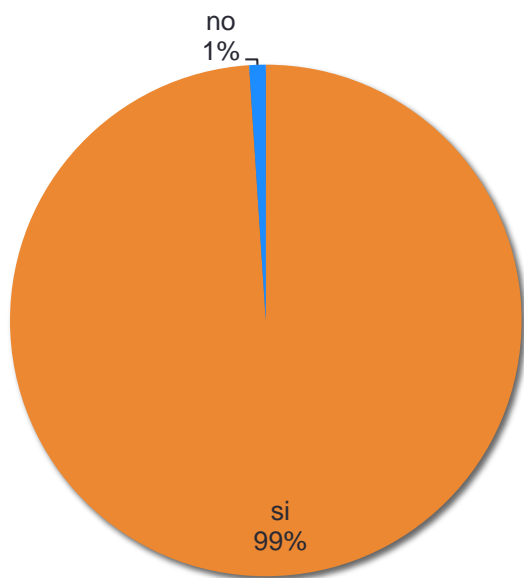


Satisfacción general de la visita

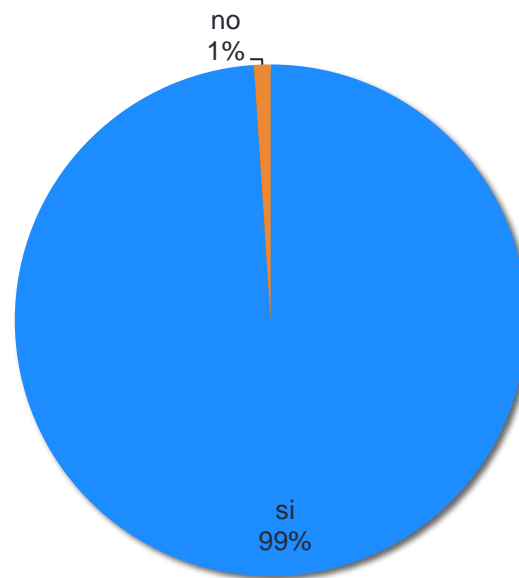


Lealtad al destino

Recomendarían el destino



Repetirían el destino



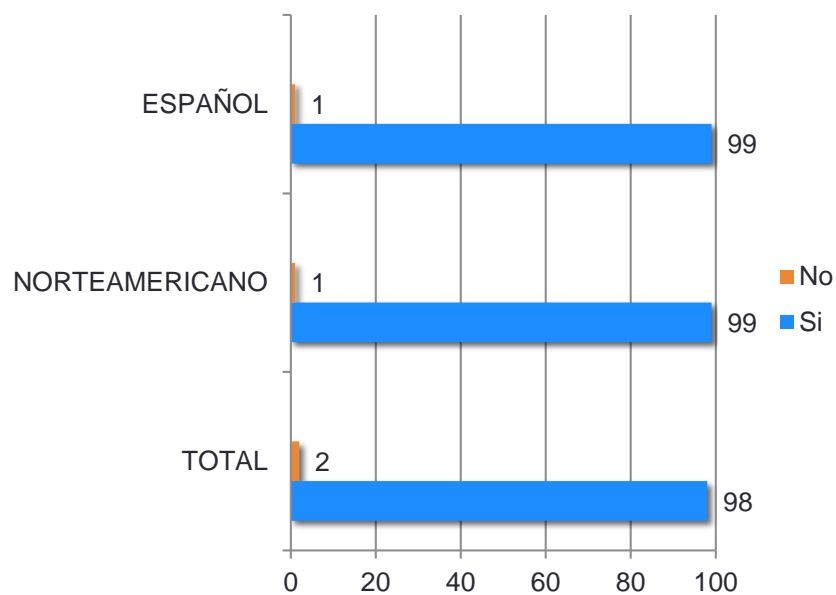
SATISFACCIÓN Y LEALTAD AL DESTINO

- La valoración general del destino y satisfacción general de la visita se obtuvieron mediante la utilización de escalas de Likert. Las puntuaciones obtenidas en ambos casos son similares y muestran un altísimo grado de satisfacción tanto con el destino como con la visita (84% y 82% respectivamente de los visitantes otorgan un 7, la puntuación máxima, repartiéndose el resto en un 6 de valoración (15% y 16%) mientras que un 1% dio una valoración de 5 sobre 7.
- El 99% de los visitantes recomendarían el destino. En el mismo número, tanto en el caso de los norteamericanos como de los nacionales, consideran la conexión Málaga-Nueva York beneficiosa, del mismo modo, manifiestan que la utilizarían.

RUTA AGP-NYC Y EL DESTINO MÁLAGA

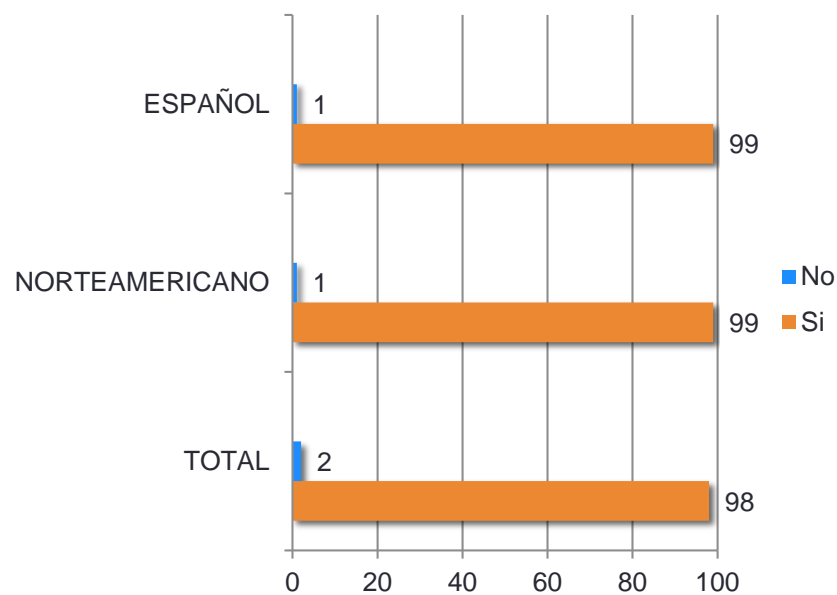
Sobre la línea Málaga-York todo el año

¿Consideran beneficiosa?



Porcentaje

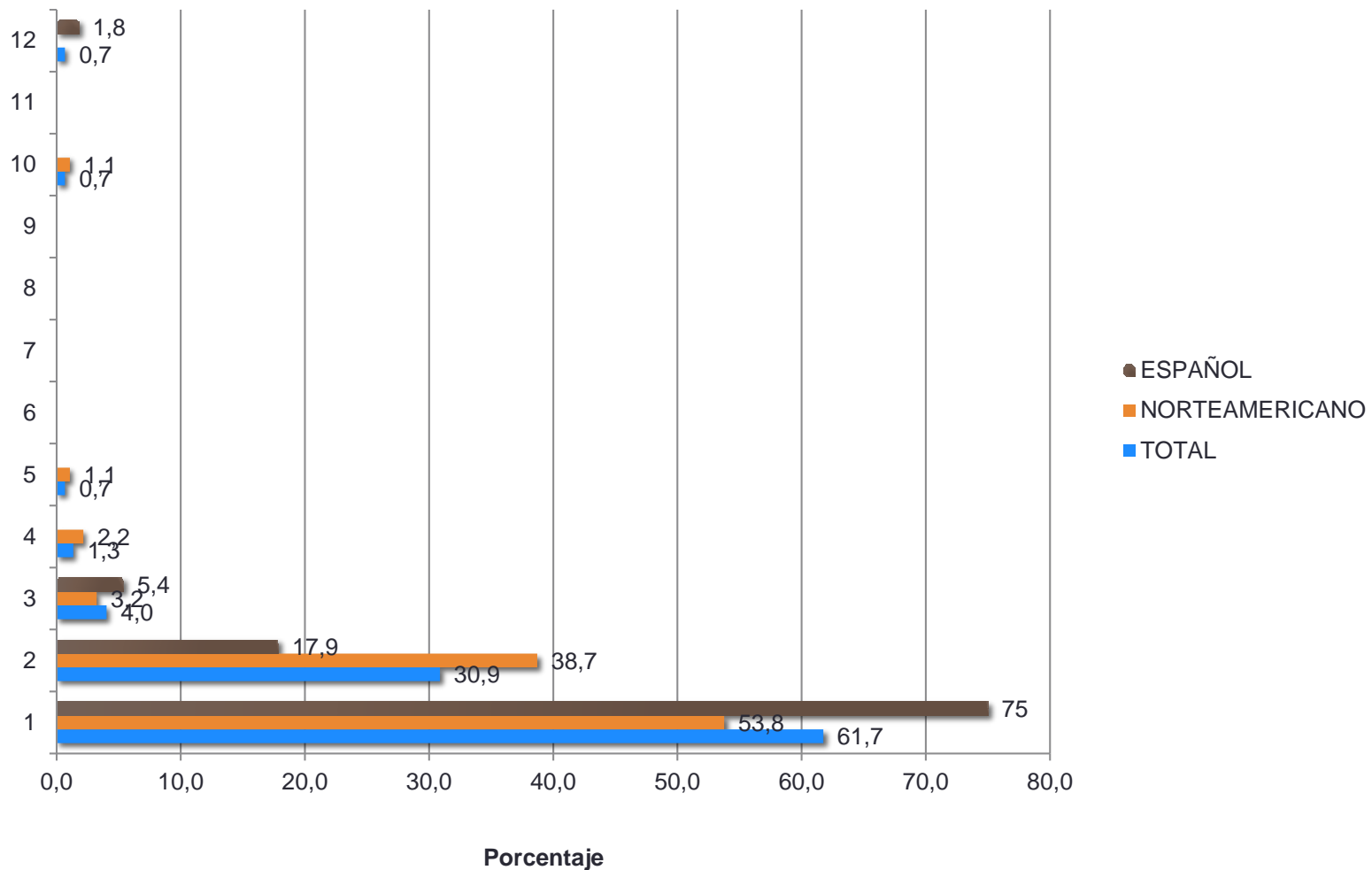
¿La utilizarían?



Porcentaje

Sobre la línea Málaga-York (2)

¿Cuántas veces al año la utilizaría?



SATISFACCIÓN Y FIDELIDAD AL DESTINO

- La última pregunta hace referencia a cuantas veces al año utilizarían la ruta. En el caso de los viajeros españoles, el 75% la utilizaría 1 vez al año, mientras que el 53,8% de los visitantes de los EE.UU utilizaría esta opción. Analizándolos en conjunto, el 61,7% de los viajeros volaría una vez al año, mientras que el 38.5% lo haría dos o más veces.
- El 38,7% de los viajeros con origen en los EE.UU utilizarían la ruta 2 veces al año (frente al 17,9 por ciento de los nacionales españoles) lo que supone un 30,9% en números totales.
- Un pequeño porcentaje que no llega al 8% volaría más de 3 veces al año.

Estudio realizado para el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga

Gorka Zamarreño Aramendia
Dtor. CC. de la Comunicación
Fac. de Comercio y Gestión

Grupo de Investigación SEJ 121
gzama@uma.es