

feria de málaga

17 / 24
AGOSTO
2013



**Perfil del visitante a la Feria de
Málaga, su impacto turístico y
económico.**

ÍNDICE

1	Introducción Metodológica	3
2	Principales Conclusiones	8
3	Estimación de la Ocupación Hotelera	12
4	Características del Turista en la ciudad	14
5	Características del Excursionista en la ciudad	34
6	Visitantes del Centro Histórico vs. Visitantes del Real de la Feria	48
7	Estimación del Impacto Económico	54

1 Introducción Metodológica

Objetivo

La Feria en Málaga, además de su componente festivo local, es un recurso turístico de primera magnitud a nivel internacional. Pero, de los estudios realizados con anterioridad, parece claro que todavía no se ha optimizado su potencial económico y turístico, considerándose necesario por tanto la ejecución de una serie de estrategias, para que se incrementen las visitas y se rentabilicen las mismas, desde un punto de vista turístico sostenible, maximizando los efectos económicos y laborales en estos días.



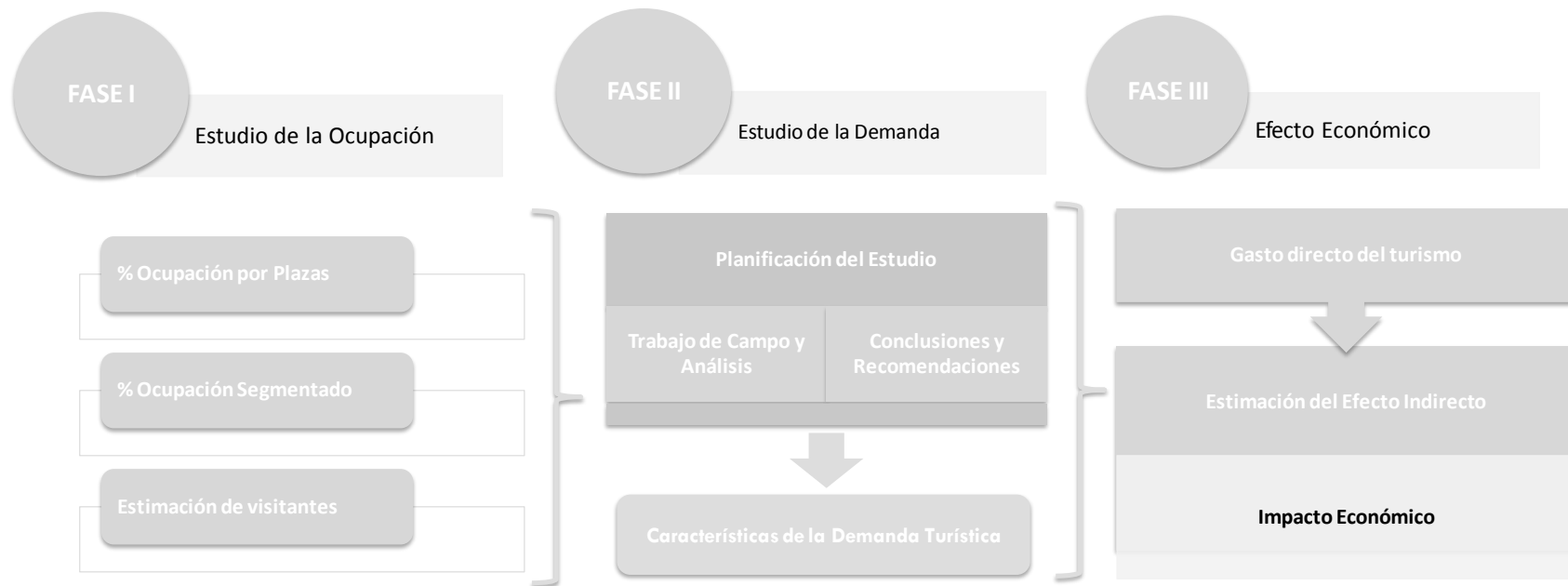
Para la implantación de estas estrategias es necesario conocer el fenómeno, estudiando los componentes de la demanda. Nos referimos al conocimiento de quienes son los que llegan para “vivir” la Feria de Málaga, la ocupación de la oferta, las motivaciones de los turistas, aspectos satisfactorios, necesidades, formas de información, gasto diario realizado, etc.



Para alcanzar estos objetivos, se ha realizado una investigación aplicada para conocer la situación de la oferta, la demanda turística y los efectos económicos en la Feria de Málaga. En línea con lo descrito anteriormente, el objetivo principal de este estudio ha sido conocer el perfil de los visitantes (turistas y excursionistas) a la Feria de Málaga y los impactos económicos que se generan, con el objetivo que se puedan diseñar las estrategias en la que basar la mejora de la competitividad del destino, marca e imagen de Málaga para futuras planificaciones y promociones turísticas que se lleven a cabo.

Metodología

La realización del estudio se ha estructurado en tres bloques metodológicos distintos, aunque bajo un mismo marco conceptual de trabajo:



El estudio se ha realizado en fases metodológicas diferenciadas que conforman un marco conceptual único objeto de trabajo:

- **Ocupación hotelera.** Se ha obtenido partiendo de los datos ofrecidos por AEHCOS.

- **Demanda turística:** se ha diseñado un trabajo de campo, en el que a través de una entrevista personal y un procedimiento de muestreo aleatorio simple, se ha obtenido un tamaño muestral de unas 800 encuestas válidas. El trabajo de campo se ha realizado en dos ámbitos territoriales distintos, la feria del día (centro histórico de la ciudad), y la feria de la noche (Cortijo de Torres).
 - a) 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, desde el sábado 17, al sábado 24 de agosto.
 - b) 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, desde el sábado 17, al sábado 24 de agosto.
 - c) De esta manera, para un grado de confianza del 95%, y el volumen de encuestas obtenidas, el margen de error para los resultados globales se sitúa en el $\pm 3,45\%$.

- O Impacto Económico:** El objetivo de este apartado ha sido cuantificar el impacto económico generado por la Feria de Málaga durante el año 2013. Por tanto, se ha pretendido medir la repercusión económica de este gasto y determinar los efectos que va a inducir al resto de sectores productivos y sobre la economía, es decir su efecto multiplicador.

El método de estimación que se ha utilizado para el cálculo del impacto en la presente investigación se ha basado en las Tablas Input Output disponibles para Andalucía. La validez como herramienta analítica es incuestionable, si bien, debe señalarse que con su utilización en este trabajo se ha introducido el mayor límite a la fiabilidad del mismo. Este hándicap está causado por la no existencia de TIO a nivel provincial.

Estimación del Empleo. Se ha calculado dividiendo la productividad aparente regional de cada rama, que se desprende de las tablas Input-Output, por el VAB estimado. La productividad aparente del trabajo se define como los puestos de trabajo requeridos para llevar a cabo un determinado nivel de producción. Además, dichos empleos de trabajo constituyen empleos equivalentes al número de puestos de trabajos a tiempo completo.

2 Principales Conclusiones

- El **grado de ocupación medio estimado en la Feria de 2013 ha sido de un 86%**, influenciado por el incremento significativo de las reservas de última hora en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Málaga.
- Los resultados de ocupación de los establecimientos hoteleros de la ciudad, dividida la Feria en tres periodos, fueron los siguientes:
 - Del 15 al 18 de agosto, el 96 %
 - Del 19 al 22 de agosto, el 89 %
 - Del 23 al 25 de agosto, el 80 %



- Más de la mitad de **los turistas** que acuden a Málaga son **de nacionalidad española (51,3%)**. De éstos, el 49,0% provienen de Andalucía, un 18,7% de Madrid y un 11,0% de Cataluña.
- Se caracteriza por **viajar en pareja (38,0%) y con amigos (28,4%)**, aunque los que viajan en familia adquieren también una importante cuota (19,8%).
- El **establecimiento hotelero de 4 estrellas es escogido por el 28,3%** del total de turistas de Feria. Por otro lado, es importante la cuota de turistas que se alojan en **casa de familiares y amigos (26,0%)**.
- Respecto a la organización del viaje, **cerca del 70% lo organizó de manera particular**.
- **Además de la visita a la feria, la actividad más realizada** por los turistas que visitaron la ciudad de Málaga durante el 2013 fue **ir a la playa**, respondido por el 45,0% de los entrevistados, seguido de **las visitas culturales (25,7%)**.
- Se observa como los **aspectos más valorados** por los turistas han sido el **trato recibido (7,83)**, **la oferta gastronómica (7,70)** y **la oferta cultural (7,50)**.

- **Seis de cada diez respondieron tener intención de regresar a Málaga** en los próximos tres años, **ya sea por la feria u otros motivos para visitar la ciudad.**
- **Prácticamente la totalidad afirmó tener intención de recomendar la visita a la ciudad de Málaga** a sus familiares y amigos (99,0%), lo que indica el alto grado de satisfacción de la visita.
- Se estima que **la media diaria de turistas en la Ciudad de Málaga es de unos 17.400**, lo que significa que en los ocho días centrales de la Feria, a Málaga se han producido unas **139.500 visitas turísticas.**
- Dado que según la encuesta, **el porcentaje de excursionistas es del 58,6%, ello significa que habrán llegado unos 197.000** visitantes que no pernoctan en la ciudad y viajan a Málaga a conocer su Feria.
- Ello significa que en la Feria de 2013 se habrán producido unas **337.000 visitas entre turistas y excursionistas.**
- **El efecto económico directo** producido por los visitantes no residentes en la Ciudad de Málaga a la Feria, ha sido de unos **23,1 millones de euros.** Los **efectos económicos indirectos** generados por estos visitantes,

siguiendo los efectos multiplicadores de la Consejería de Turismo, es de unos **12,6 millones de euros**.

- Lo que supone decir que **el efecto económico global generado** en la Ciudad de Málaga por los visitantes a la Feria ha sido de unos **35,7 millones de euros**.



3 Estimación de la Ocupación Hotelera

De las conversaciones tenidas con representantes de AEHCOS en la Ciudad de Málaga, se han obtenido las siguientes conclusiones:

- El grado de ocupación hotelera obtenido en los días de Feria de 2013, es aproximadamente el mismo que el de la Feria del año pasado
- El grado de ocupación hotelero medio de los días de Feria, está en torno al 86 %
- Si tomamos el período comprendido entre 10 y el 25 de agosto (pre feria y feria), el grado de ocupación se eleva a casi el 90%.
- Cabe resaltar el alto grado de ocupación medio estimado en la semana de “pre feria” que se estima ha sido un 2% superior al del año pasado

- En el periodo de Feria de Málaga de 2013, podemos distinguir los siguientes sub periodos:
- Del 15 al 18 de agosto, el 96 %
 - Del 19 al 22 de agosto, el 89 %
 - Del 23 al 25 de agosto, el 80 %

○ Podemos estimar que se han producido unas 66.500 pernoctaciones en establecimientos turísticos hoteleros en la Ciudad de Málaga en el periodo de Feria

○ En cuanto a la ocupación por categoría, y aunque en global la ocupación ha sido casi igual que el año pasado, cabe reseñar un leve aumento en los hoteles de 4 estrellas y disminución en los de tres estrellas.



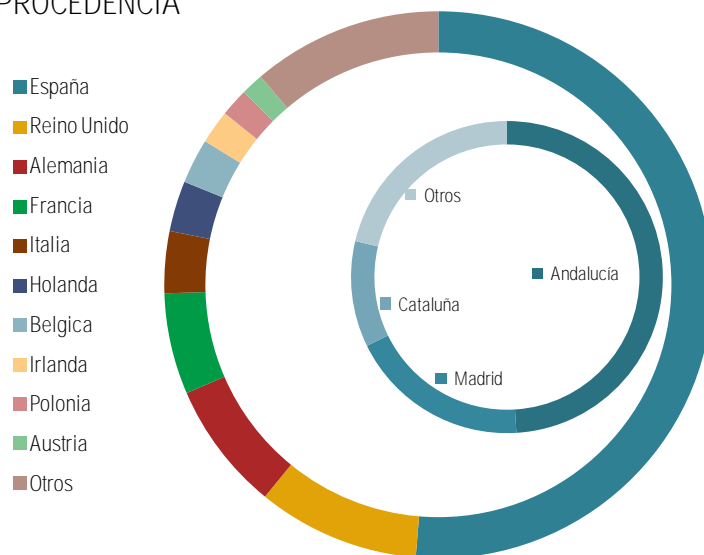
4 Características del Turista en la ciudad

Procedencia

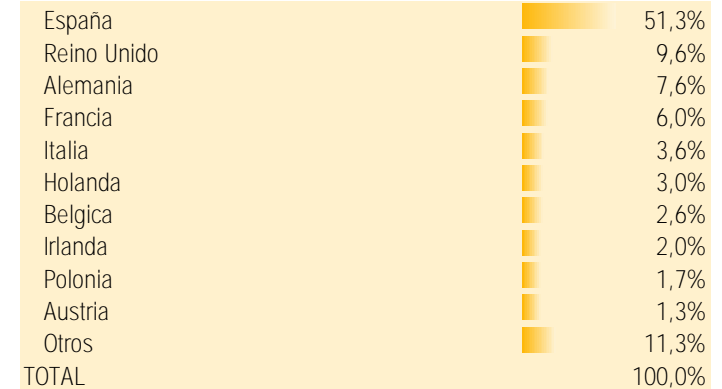
España, Reino Unido, Alemania y Francia, principales emisores de turistas a la Feria de la ciudad de Málaga durante el año 2013.

Entre los españoles, destacan los **andaluces** y los **madrileños**.

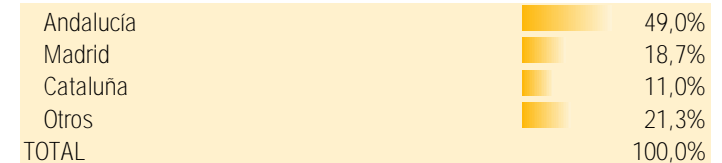
PROCEDENCIA



PROCEDENCIA



COMUNIDAD AUTÓNOMA



Edad

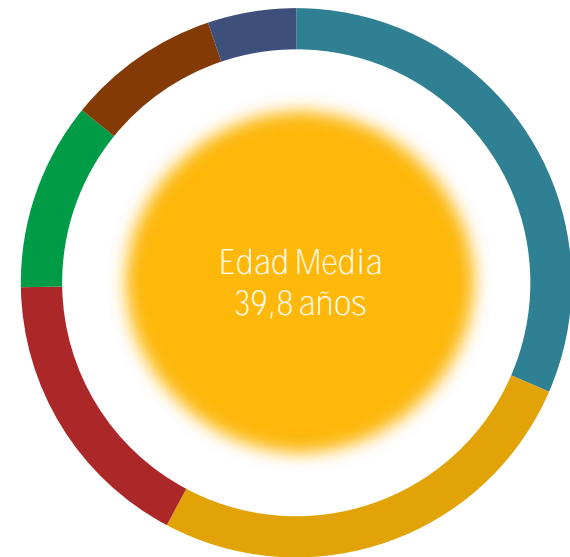
La feria atrae a turistas de todas las edades, tal y como se observa en la siguiente tabla, aunque se destacan los intervalos de edad más jóvenes. Esto hace que **la media de edad se sitúe en los 39,8 años.**

EDAD

De 18 a 29 años	31,5%
De 30 a 39 años	26,3%
De 40 a 49 años	17,0%
De 50 a 59 años	11,1%
De 60 a 64 años	9,0%
65 y más años	5,2%
TOTAL	100,0%
Edad Media	39,8

EDAD

- De 18 a 29 años
- De 30 a 39 años
- De 40 a 49 años
- De 50 a 59 años
- De 60 a 64 años
- 65 y más años



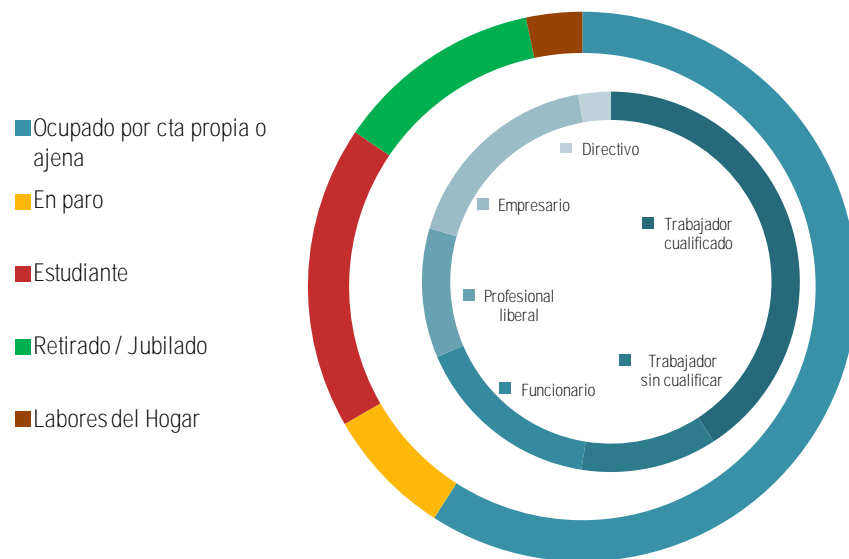
Situación Laboral

Casi seis de cada diez se encuentran trabajando (59,1%), un 17,8% está estudiando y un 12,2% está retirado del mercado laboral. Entre los turistas que se encuentran trabajando, destacan: **trabajadores cualificados** (40,9%) y **empresarios** (17,7%).

SITUACIÓN LABORAL

Ocupado por cta propia o ajena	59,1%
En paro	7,6%
Estudiante	17,8%
Retirado / Jubilado	12,2%
Labores del Hogar	3,3%
TOTAL	100,0%

SITUACIÓN LABORAL



CATEGORÍA PROFESIONAL

Trabajador cualificado	40,9%
Trabajador sin cualificar	11,6%
Funcionario	16,0%
Profesional liberal	11,0%
Empresario	17,7%
Directivo	2,8%
TOTAL	100,0%

Realización de Reservas

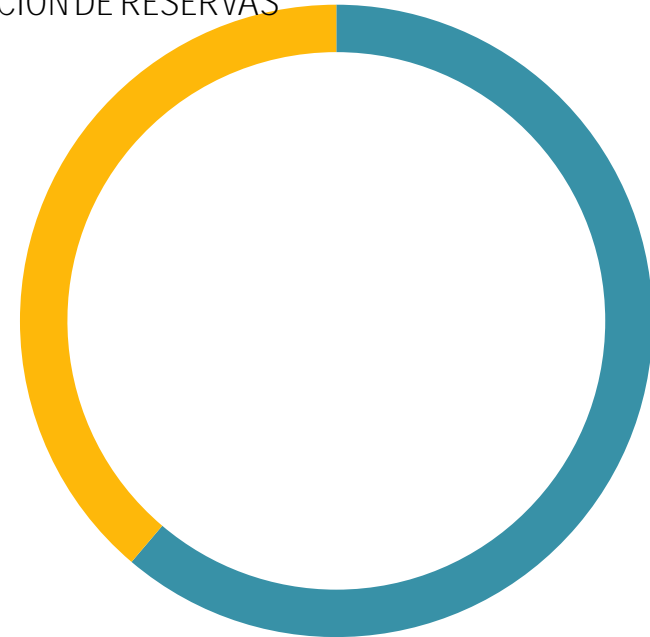
Más de seis de cada diez de los turistas que visitaron la ciudad durante la semana de feria, realizaron algún tipo de reserva (61,2%). Los que viajaron sin reservas fueron el 38,8%.

REALIZACIÓN DE RESERVAS

Sí	61,2%
No	38,8%
TOTAL	100,0%

REALIZACIÓN DE RESERVAS

■ Sí
■ No



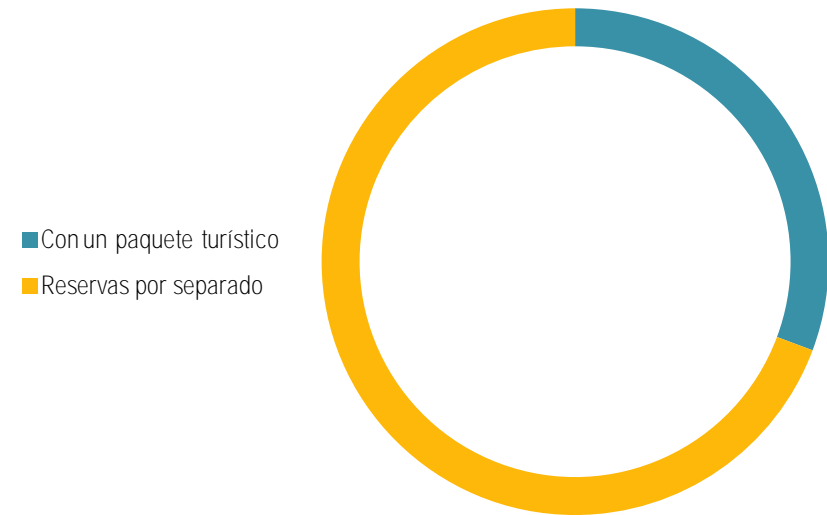
Organización del Viaje

De los turistas que visitaron la ciudad de Málaga durante la feria 2013 y que realizaron algún tipo de reserva, el 69,3% optó por realizar reservas por separado. Los que organizaron su viaje con un paquete turístico fueron el 30,7%.

ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

Con un paquete turístico	30,7%
Reservas por separado	69,3%
TOTAL	100,0%

ORGANIZACIÓN DEL VIAJE



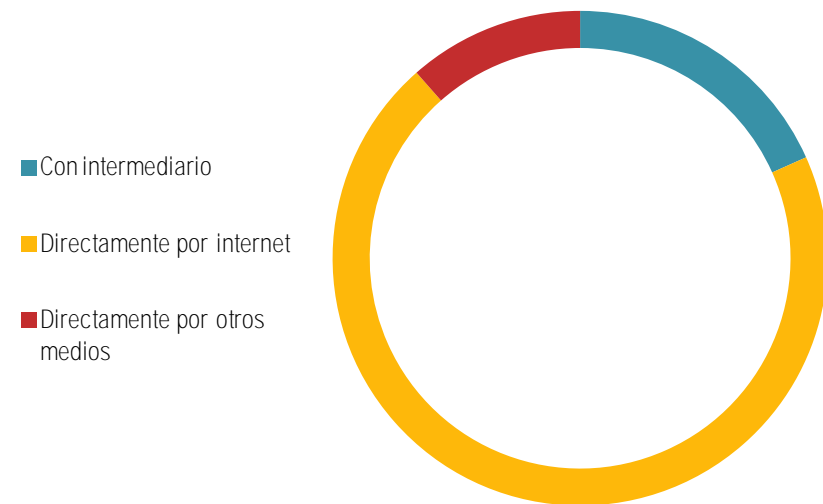
Canal de Reservas

De los turistas que realizaron reservas para su visita a la ciudad de Málaga durante la feria 2013, el 70,2% optó por realizarlas directamente por internet. Un 18,3% utilizó algún intermediario turístico y el 11,5% reservó directamente con el proveedor del servicio pero a través de otros medios distintos a internet.

CANAL DE RESERVA

Con intermediario	18,3%
Directamente por internet	70,2%
Directamente por otros medios	11,5%
TOTAL	100,0%

CANAL DE RESERVAS



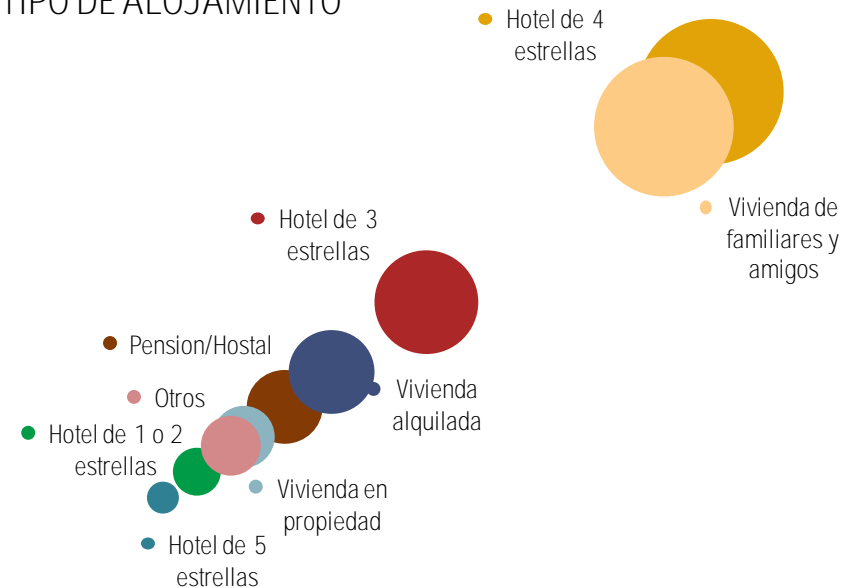
Tipo de Alojamiento

El hotel de 4 estrellas (28,3%) y las viviendas de familiares y amigos (26,0%) fueron los alojamientos más utilizados por los turistas de la feria de Málaga 2013. En tercer lugar se encuentran los que eligieron un hotel de 3 estrellas (14,3%).

TIPO DE ALOJAMIENTO

Hotel de 5 estrellas	1,3%
Hotel de 4 estrellas	28,3%
Hotel de 3 estrellas	14,3%
Hotel de 1 o 2 estrellas	3,0%
Pension/Hostal	7,3%
Vivienda alquilada	9,7%
Vivienda en propiedad	5,3%
Vivienda de familiares y amigos	26,0%
Otros	4,7%
TOTAL	100,0%

TIPO DE ALOJAMIENTO



Duración de la Estancia y Presupuesto del Viaje

El turista de la ciudad, por término medio, permaneció 5,19 días en el destino.

DURACIÓN DE LA ESTANCIA

Estancia media en la ciudad

5,19

Durante su estancia, cuentan con un presupuesto medio de 88,40 euros por persona y día.

PRESUPUESTO PARA EL VIAJE

Presupuesto medio para el viaje

88,40 €

Estancia Media
5,19 días

Presupuesto Medio
Diario
88,40 euros

Forma de Viajar

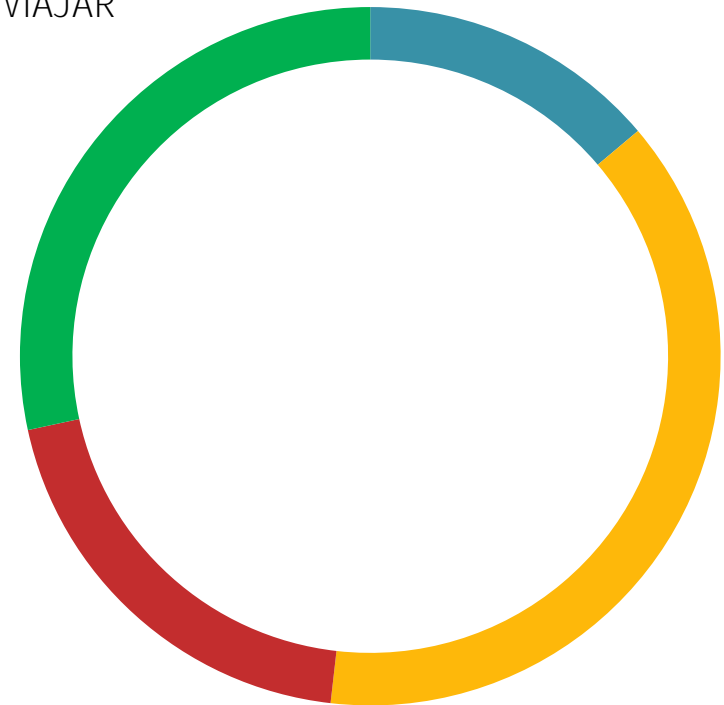
Suele viajar en pareja (38,0%) y con amigos (28,4%). En tercer lugar se encuentran los viajes en familia (19,8%).

FORMA DE VIAJAR

Solo	13,9%
Pareja	38,0%
Familia	19,8%
Amigos	28,4%
TOTAL	100,0%

FORMA DE VIAJAR

- Solo
- Pareja
- Familia
- Amigos



Otras Actividades Realizadas

Durante su estancia, las actividades más realizadas por los turistas, además de asistir a la feria, fueron: ir a la playa (45,0%) y las visitas culturales (25,7%).

A éstas, le siguen: estar con la familia (13,2%) e ir de compras (6,1%).

OTRAS ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA VISITA

Estar con la familia	13,2%
Ir a la playa	45,0%
Ir de compras	6,1%
Visitas culturales (museos, monumentos, etc)	25,7%
Actividades deportivas	0,7%
Asistir a una corrida de toros	2,9%
Otras actividades	6,4%
TOTAL	100,0%

OTRAS ACTIVIDADES REALIZADAS



Motivo Principal del Viaje

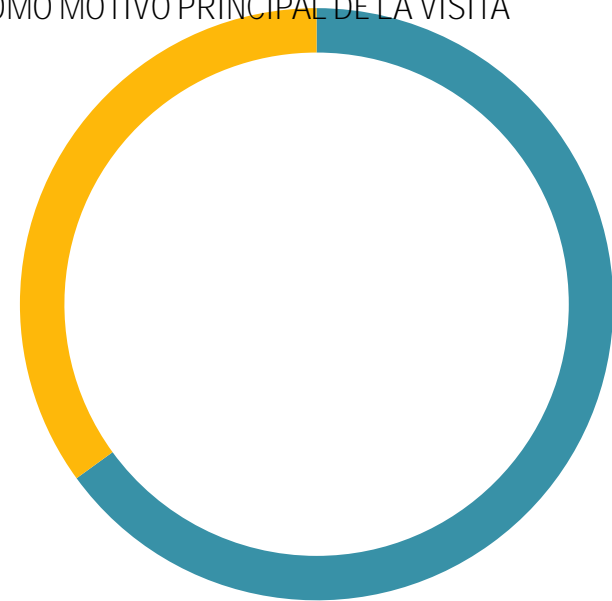
Para cerca de dos de cada tres de los turistas que visitaron la ciudad durante la feria de Málaga, **fue la propia feria el principal motivo** para visitar la ciudad.

FERIA COMO MOTIVO PRINCIPAL DE ELECCIÓN DEL DESTINO

Sí	65,0%
No	35,0%
TOTAL	100,0%

FERIA COMO MOTIVO PRINCIPAL DE LA VISITA

■ Sí
■ No



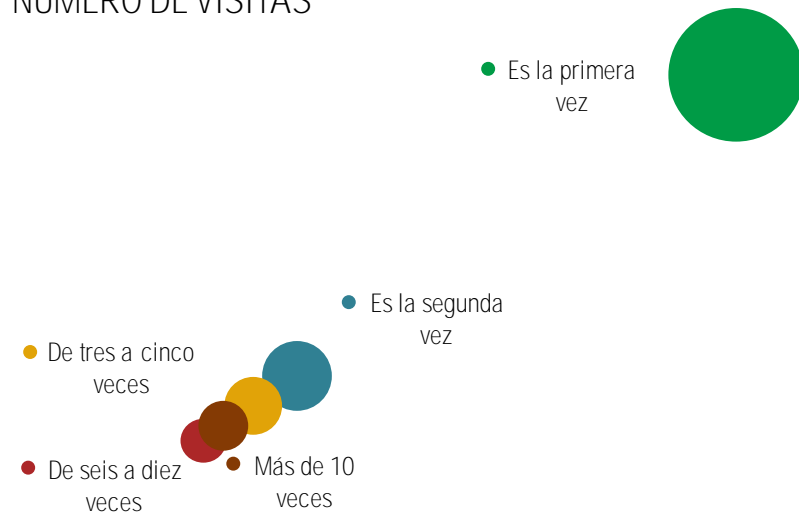
Número de Visitas

Más de la mitad de los turistas **visitaron la ciudad por primera vez (58,7%)**. Por otro lado el 15,5% ha visitado la ciudad dos veces y el 11,2% afirmó haberla visitado entre tres y cinco veces.

NÚMERO DE VISITAS A LA FERIA

Es la primera vez	58,7%
Es la segunda vez	15,5%
De tres a cinco veces	11,2%
De seis a diez veces	6,3%
Más de 10 veces	8,3%
Ns/Nc	0,0%
TOTAL	100,0%

NÚMERO DE VISITAS



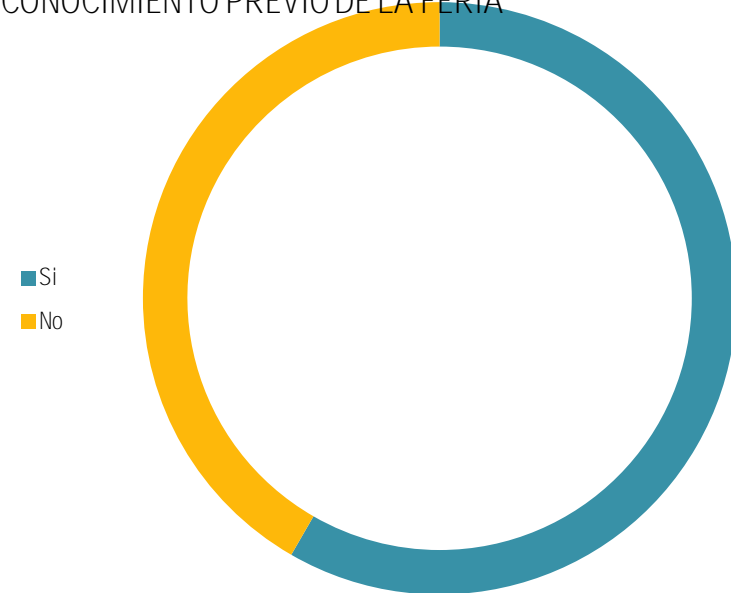
Conocimiento Previo de la Feria

De estos turistas noveles, **el 58,3% tenía conocimiento previo de la feria de Málaga, y un 41,7% no tenía conocimiento previo de la misma.**

SI ES LA PRIMERA VEZ, ¿TIENE ALGUN CONOCIMIENTO PREVIO DE LA FERIA?

Si	58,3%
No	41,7%
TOTAL	100,0%

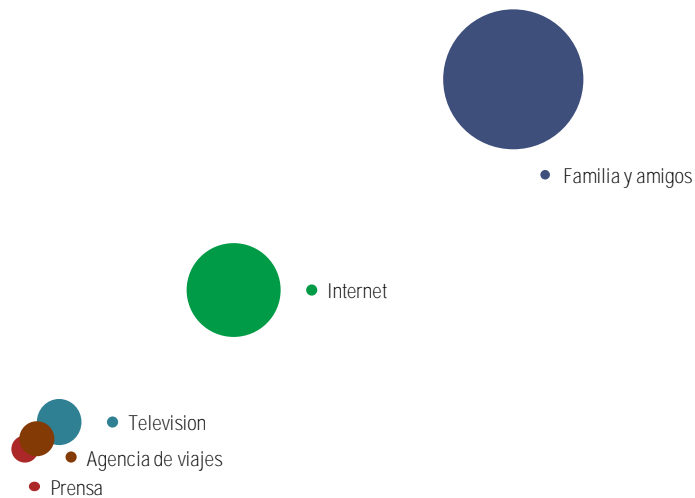
CONOCIMIENTO PREVIO DE LA FERIA



Forma de Conocer la Feria

De estos turistas noveles que afirmaron tener conocimiento previo de la feria, **el 60,4% la conoció por familiares y amigos y un 27,2% por internet.**

¿CÓMO CONOCIÓ LA FERIA?



¿DE QUÉ MANERA CONOCIÓ LA FERIA DE MÁLAGA?

Familia y amigos	60,4%
Television	6,4%
Radio	0,0%
Prensa	2,3%
Internet	27,2%
Agencia de viajes	3,8%
TOTAL	100,0%

Califacción del Destino

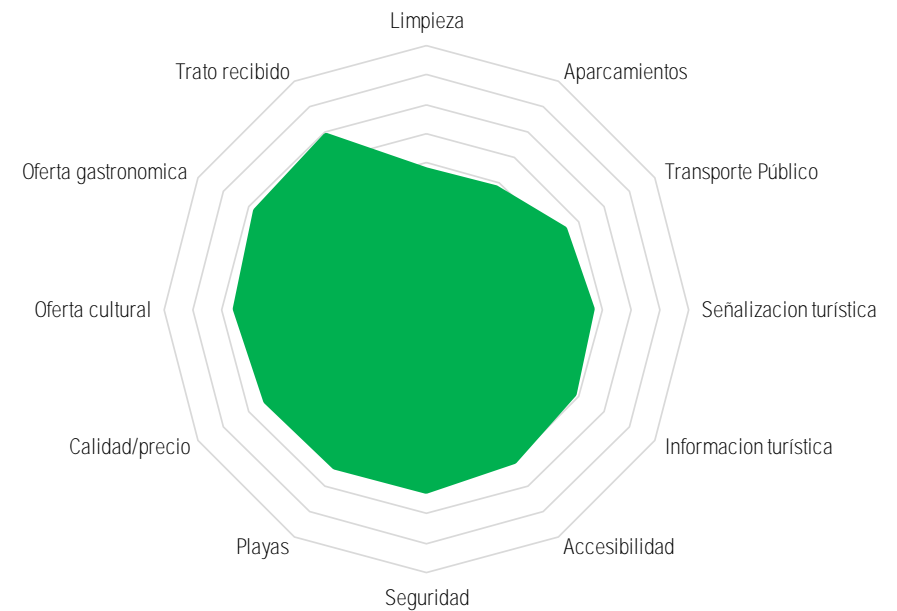
El **trato recibido** es el aspecto mejor valorado por los turistas de la ciudad de Málaga, con un 7,83 sobre 10.

A éste le siguen **la oferta gastronómica y cultural**, con un 7,7 y un 7,5 respectivamente, siendo la relación **calidad- precio** el cuarto aspecto mejor valorado (7,30).

CALIFICACIÓN DEL DESTINO

Trato recibido	7,83
Oferta gastronomica	7,70
Oferta cultural	7,50
Calidad/precio	7,30
Playas	7,23
Seguridad	7,22
Accesibilidad	7,01
Información turística	6,81
Señalización turística	6,65
Transporte Público	6,44
Aparcamientos	5,76
Limpieza	5,74

CALIFICACIÓN DEL DESTINO



Aspectos a mejorar...

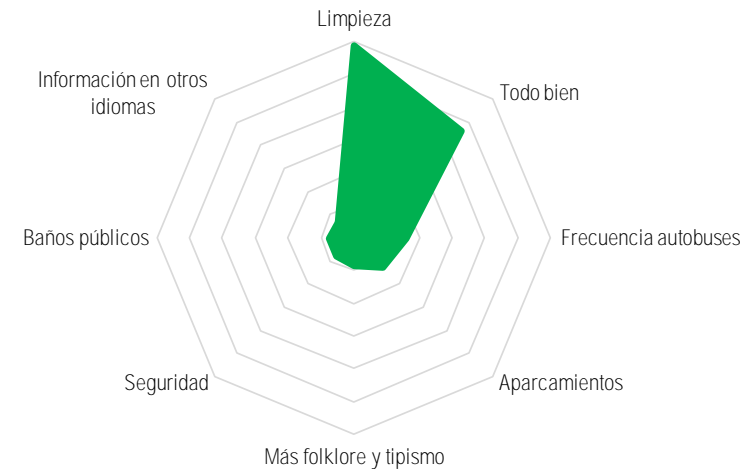
La limpieza es el factor más mencionado como aspecto a mejorar por los turistas durante la semana de la feria (29,4%). A pesar de ello, un 23,2% afirmó que estaba todo bien.

Otros aspectos mencionados fueron: la frecuencia de los autobuses, los aparcamientos y la falta de más folklore y tipismo malagueño.

PRINCIPALES ASPECTOS A MEJORAR DE LA FERIA

Limpieza	29,4%
Todo bien	23,2%
Frecuencia autobuses	8,0%
Aparcamientos	6,2%
Más folklore y tipismo	4,2%
Seguridad	3,8%
Baños públicos	3,8%
Información en otros idiomas	3,5%
Otros	18,0%

A MEJORAR EN EL DESTINO...



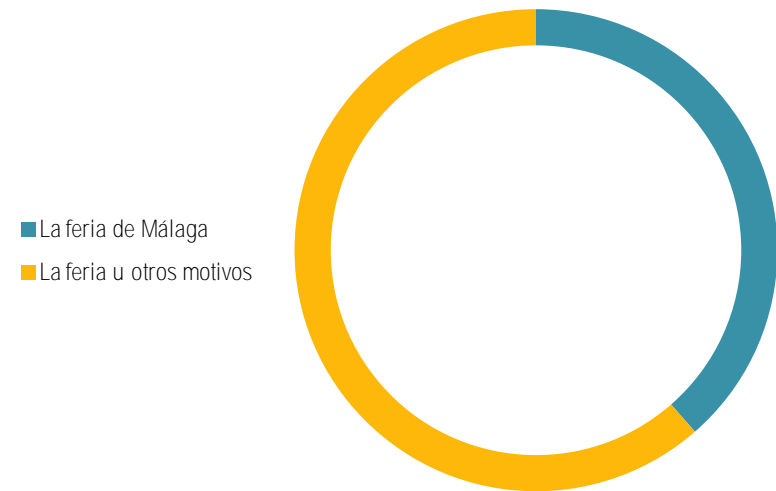
Motivos para Volver a Málaga

Seis de cada diez de los turistas afirmaron que regresarían a Málaga por la feria o por otros motivos adicionales (61,4%), mientras el 38,6% dijo que la feria será el principal motivo para regresar a la ciudad.

MOTIVO PARA REGRESAR A LA CIUDAD

La feria de Málaga	38,6%
La feria u otros motivos	61,4%
TOTAL	100,0%

MOTIVO PRINCIPAL PARA REGRESAR



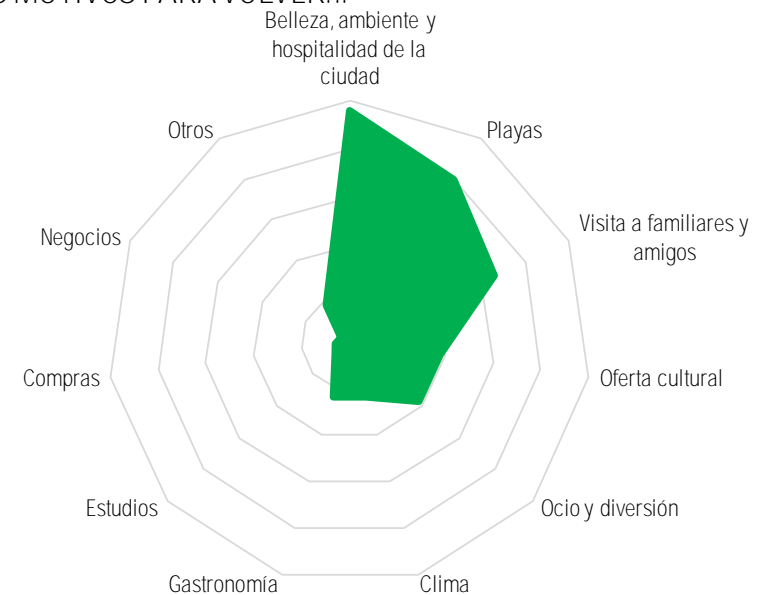
Otros Motivos para Volver a Málaga

Un 23,9% de los turistas afirmó que, además de la feria, volverían a Málaga por la belleza de la ciudad, su ambiente y la hospitalidad de sus gentes. El 19,9% mencionó que volvería para disfrutar de la playa y el 16,4% para visitar a sus familiares y amigos.

OTROS MOTIVOS PARA VOLVER A MÁLAGA

Belleza, ambiente y hospitalidad de la ciudad	23,9%
Playas	19,9%
Visita a familiares y amigos	16,4%
Oferta cultural	9,5%
Ocio y diversión	9,5%
Clima	6,0%
Gastronomía	6,0%
Estudios	2,0%
Compras	1,5%
Negocios	1,0%
Otros	4,5%
TOTAL	100,0%

OTROS MOTIVOS PARA VOLVER...



Recomendación del Destino

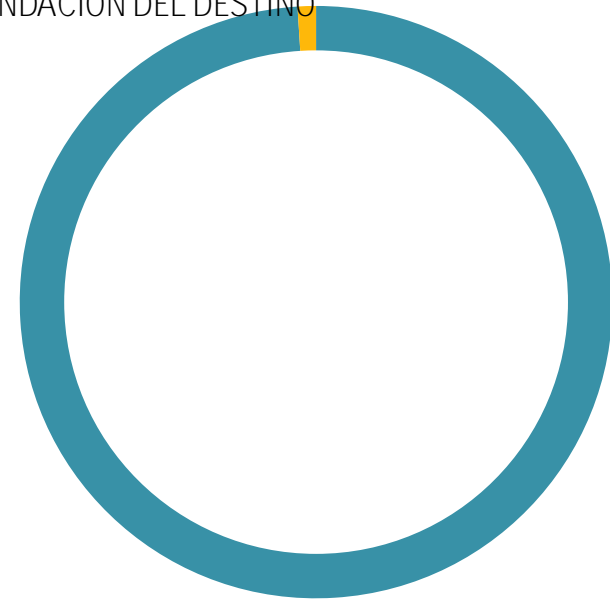
Relacionado con la alta satisfacción, **el 99,0% afirmó tener intención de recomendar la visita a la ciudad.**

RECOMENDACIÓN DEL DESTINO

Sí	99,0%
No	1,0%
TOTAL	100,0%

RECOMENDACIÓN DEL DESTINO

■ Sí
■ No



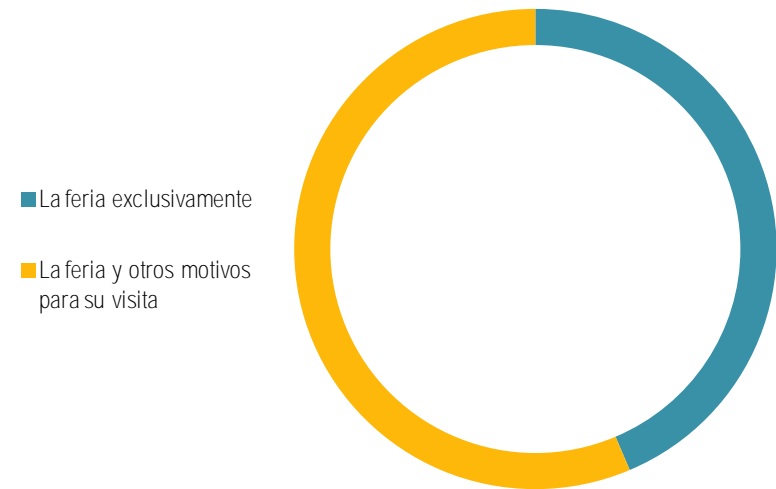
¿Qué Recomendará?

Adicionalmente, se les preguntó a los turistas qué recomendarían concretamente de la ciudad. El 43,6% afirmó que recomendaría la visita a la ciudad de Málaga durante la semana de feria principalmente y el **56,4% dijo estar dispuesto a recomendar la visita a Málaga, ya sea por la feria o por otros motivos adicionales.**

¿QUÉ RECOMENDARÁ DEL DESTINO?

La feria exclusivamente	43,6%
La feria y otros motivos para su visita	56,4%
TOTAL	100,0%

¿QUÉ RECOMENDARÁ?

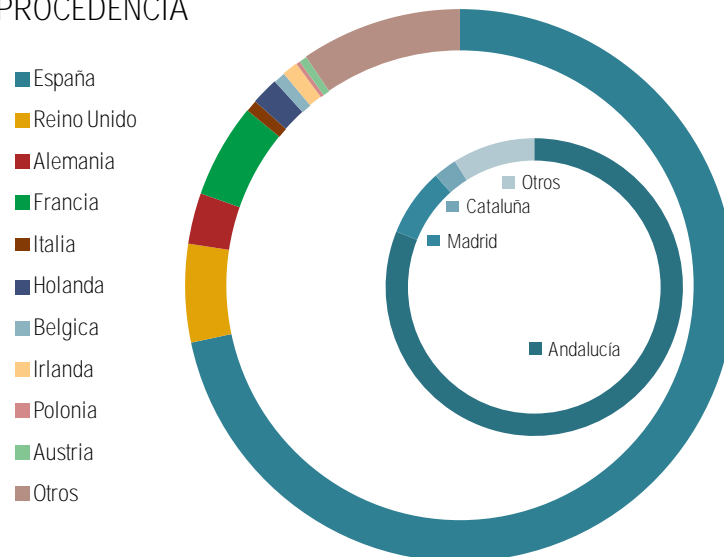


5 Características del Excursionista en la ciudad

Procedencia

España, Reino Unido y Francia, principales nacionalidades de los excursionistas a la Feria de Málaga durante el año 2013. Entre los españoles, destacan sobremanera los **andaluces residentes en la propia provincia de Málaga**.

PROCEDENCIA



PROCEDENCIA

España	71,7%
Reino Unido	5,8%
Alemania	3,0%
Francia	5,5%
Italia	0,7%
Holanda	1,6%
Belgica	0,7%
Irlanda	0,9%
Polonia	0,2%
Austria	0,5%
Otros	9,4%
TOTAL	100,0%

COMUNIDAD AUTÓNOMA

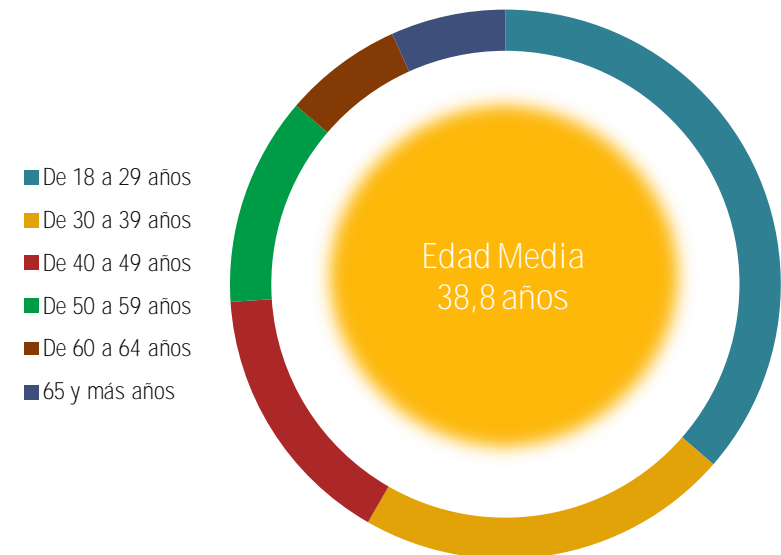
Andalucía	81,1%
Madrid	7,4%
Cataluña	2,6%
Otros	9,0%
TOTAL	100,0%

Edad

La feria atrae a excursionistas de todas las edades, tal y como se observa en la siguiente tabla, aunque se destacan los intervalos de edad más jóvenes. Esto hace que **la media de edad se sitúe en los 38,8 años, un año inferior a la de los turistas.**

EDAD	
De 18 a 29 años	36,4%
De 30 a 39 años	21,9%
De 40 a 49 años	15,7%
De 50 a 59 años	12,3%
De 60 a 64 años	7,0%
65 y más años	6,7%
TOTAL	100,0%
Edad Media	38,8

EDAD



Situación Laboral

Casi la mitad de los excursionistas se encuentran trabajando (45,9%), un 20,7% están estudiando y un 16,1% están retirados del mercado laboral. Entre los turistas que se encuentran trabajando, destacan: **trabajadores cualificados (41,2%)** y **trabajadores sin cualificar (26,1%).**

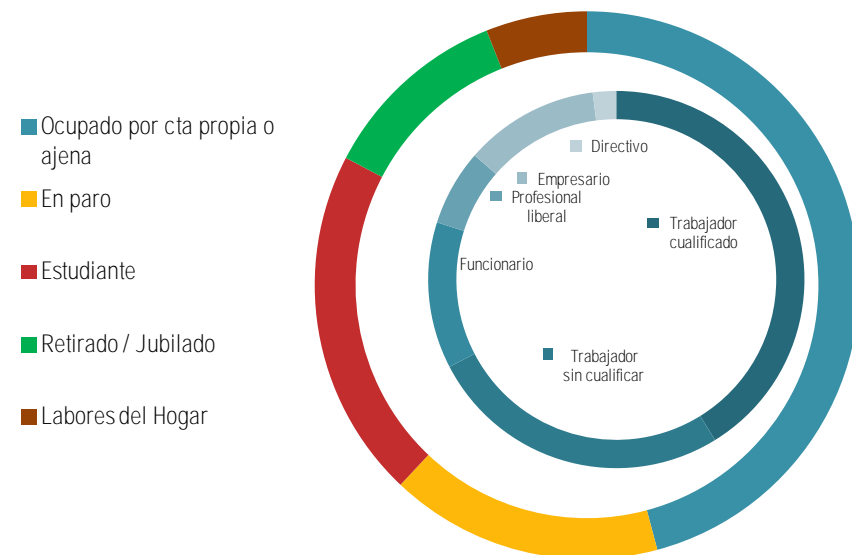
SITUACIÓN LABORAL

Ocupado por cta propia o ajena	45,9%
En paro	16,1%
Estudiante	20,7%
Retirado / Jubilado	11,3%
Labores del Hogar	6,0%
TOTAL	100,0%

CATEGORÍA PROFESIONAL

Trabajador cualificado	41,2%
Trabajador sin cualificar	26,1%
Funcionario	12,6%
Profesional liberal	6,5%
Empresario	11,6%
Directivo	2,0%
TOTAL	100,0%

SITUACIÓN LABORAL



Presupuesto Medio Diario

Durante su visita, cuentan con un presupuesto medio de 54,95 euros por persona y día.

PRESUPUESTO PARA EL VIAJE

Presupuesto medio para el viaje

54,95 €

Presupuesto Medio
Diario
54,95 euros

Forma de Viajar

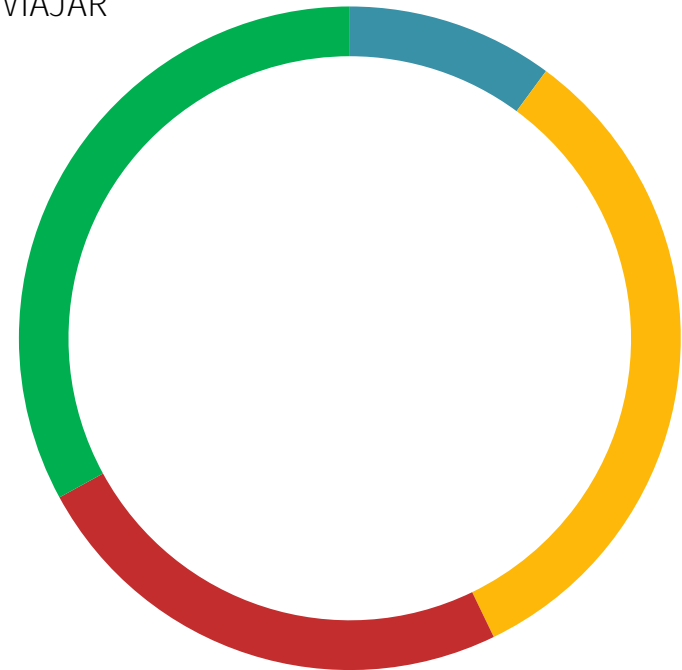
Suele viajar con amigos (32,9%) y en pareja (32,7%). En tercer lugar se encuentran los viajes en familia (24,2%).

FORMA DE VIAJAR

Solo	10,1%
Pareja	32,7%
Familia	24,2%
Amigos	32,9%
TOTAL	100,0%

FORMA DE VIAJAR

- Solo
- Pareja
- Familia
- Amigos



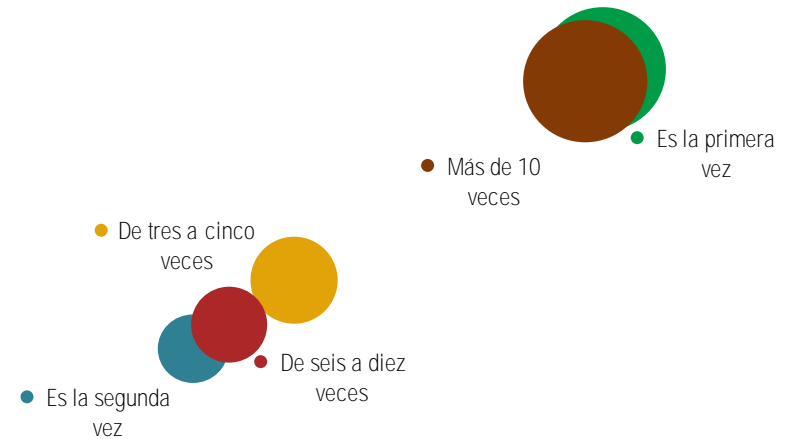
Número de Visitas

El 31,6% de los excursionistas **visitaron la feria por primera vez**. Por otro lado el 30,6% ha visitado la ciudad durante la feria en más de diez ocasiones, y un 15,2% de tres a cinco veces.

NÚMERO DE VISITAS A LA FERIA

Es la primera vez	31,6%
Es la segunda vez	9,9%
De tres a cinco veces	15,2%
De seis a diez veces	11,8%
Más de 10 veces	30,6%
Ns/Nc	0,9%
TOTAL	100,0%

NÚMERO DE VISITAS



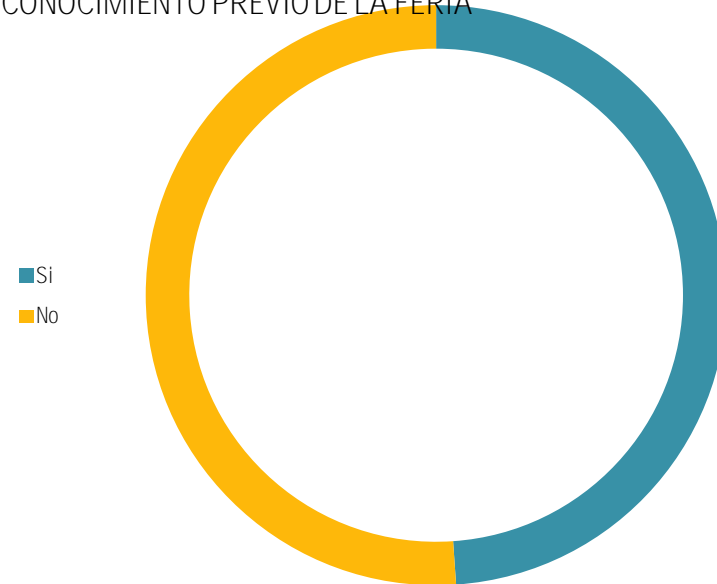
Conocimiento Previo de la Feria

De los excursionistas noveles, **el 48,9% tenía conocimiento previo de la feria de Málaga, y un 51,1% no tenía conocimiento previo de la misma.**

SI ES LA PRIMERA VEZ, ¿TIENE ALGUN CONOCIMIENTO PREVIO DE LA FERIA?

Si	48,9%
No	51,1%
TOTAL	100,0%

CONOCIMIENTO PREVIO DE LA FERIA



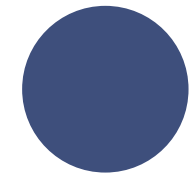
Forma de Conocer la Feria

De los excursionistas noveles que afirmaron tener conocimiento previo de la feria, **el 81,1% la conoció por familiares y amigos y un 10,9% por internet.**

¿CÓMO CONOCIÓ LA FERIA?

¿DE QUÉ MANERA CONOCIÓ LA FERIA DE MÁLAGA?

Familia y amigos	81,1%
Television	2,6%
Radio	1,6%
Prensa	1,8%
Internet	10,9%
Agencia de viajes	2,1%
TOTAL	100,0%



● Familia y amigos



Calificación del Destino

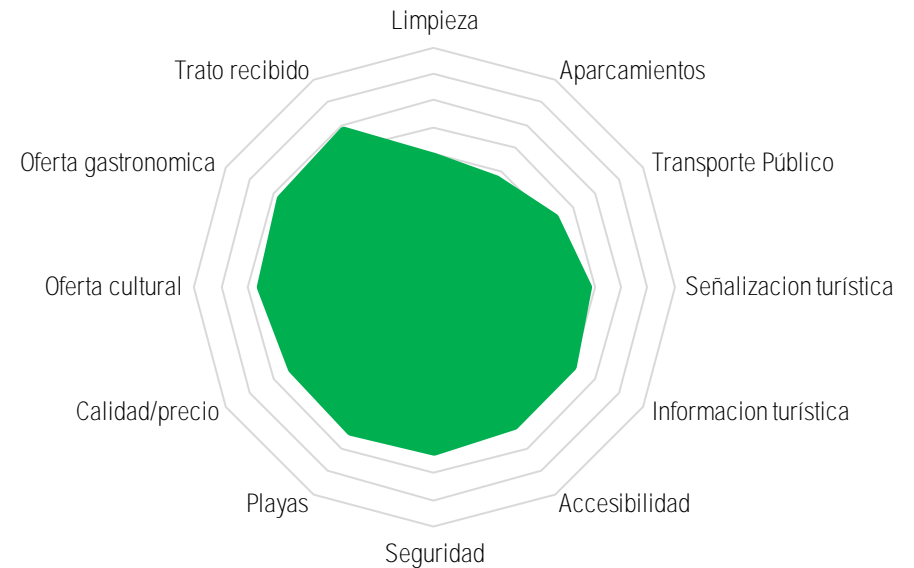
El trato recibido es el aspecto mejor valorado por los excursionistas de la ciudad de Málaga, con un 7,80 sobre 10.

A éste le siguen **la oferta gastronómica y cultural**, con un 7,65 y un 7,51 respectivamente, siendo las playas el cuarto aspecto mejor valorado (7,28).

CALIFICACIÓN DEL DESTINO

Trato recibido	7,80
Oferta gastronomica	7,65
Oferta cultural	7,51
Playas	7,28
Seguridad	7,19
Calidad/precio	7,16
Accesibilidad	7,02
Informacion turística	6,99
Señalización turística	6,77
Transporte Público	6,22
Limpieza	5,90
Aparcamientos	5,68

CALIFICACIÓN DEL DESTINO



Aspectos a mejorar...

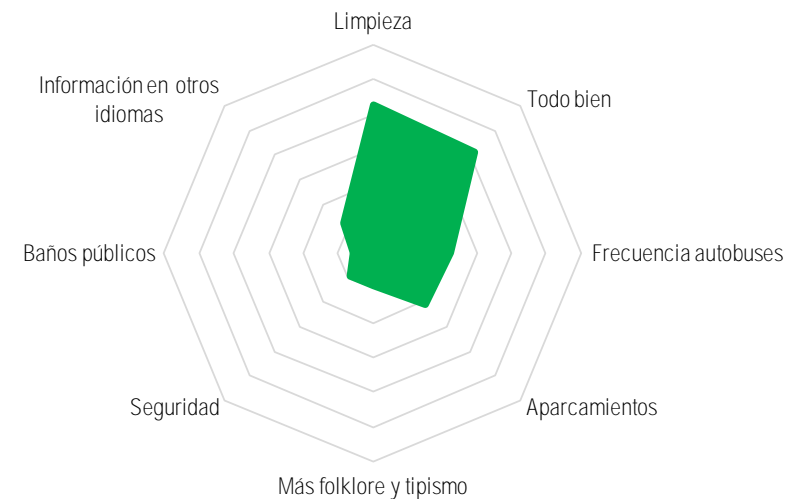
La limpieza es el factor más mencionado como aspecto a mejorar por los excursionistas de la semana de la feria (21,4%). A pesar de ello, un 20,6% afirmó que estaba todo bien.

Otros aspectos mencionados fueron: la frecuencia de los autobuses, los aparcamientos y la falta de más folklore, el tipismo malagueño y la seguridad.

PRINCIPALES ASPECTOS A MEJORAR DE LA FERIA

Limpieza	21,4%
Todo bien	20,6%
Frecuencia autobuses	11,1%
Aparcamientos	10,6%
Más folklore y tipismo	4,7%
Seguridad	4,7%
Baños públicos	2,9%
Información en otros idiomas	6,1%
Otros	17,9%

A MEJORAR EN EL DESTINO...



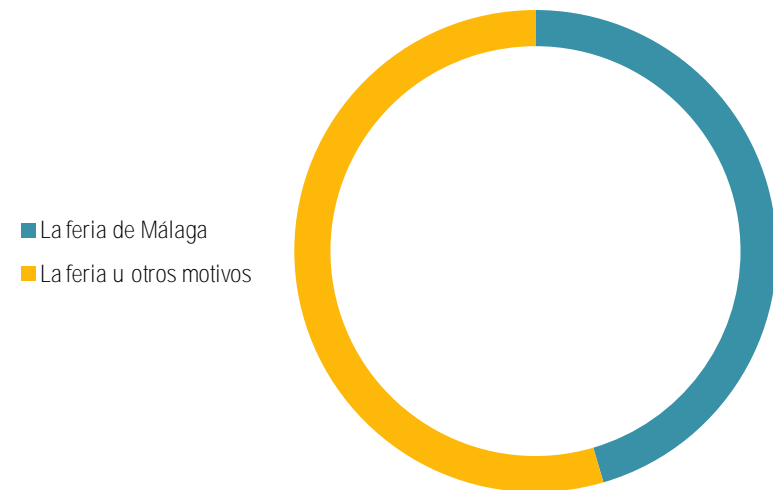
Motivos para Volver a Málaga

Más de la mitad de los excursionistas afirmaron que regresarían a Málaga por la feria o por otros motivos adicionales (54,5%), mientras el 45,5% dijo que la feria de Málaga será el principal motivo para volver a la ciudad.

MOTIVO PARA REGRESAR A LA CIUDAD

La feria de Málaga	45,5%
La feria u otros motivos	54,5%
TOTAL	100,0%

MOTIVO PRINCIPAL PARA REGRESAR



Otros Motivos para Volver a Málaga

Un 20,1% de los turistas afirmó que, además de la feria, volverían a Málaga por la belleza de la ciudad, su ambiente y la hospitalidad de sus gentes, misma cuota que los que afirmaron que volverían por ocio y diversión.

El 19,7% mencionó que volvería para visitar a sus familiares y amigos.

OTROS MOTIVOS PARA VOLVER A MÁLAGA

Belleza, ambiente y hospitalidad de la ciudad	20,1%
Playas	7,3%
Visita a familiares y amigos	19,7%
Oferta cultural	5,8%
Ocio y diversión	20,1%
Clima	3,9%
Gastronomía	1,2%
Estudios	6,2%
Compras	5,8%
Negocios	8,9%
Otros	1,2%
TOTAL	100,0%

OTROS MOTIVOS PARA VOLVER...



Recomendación del Destino

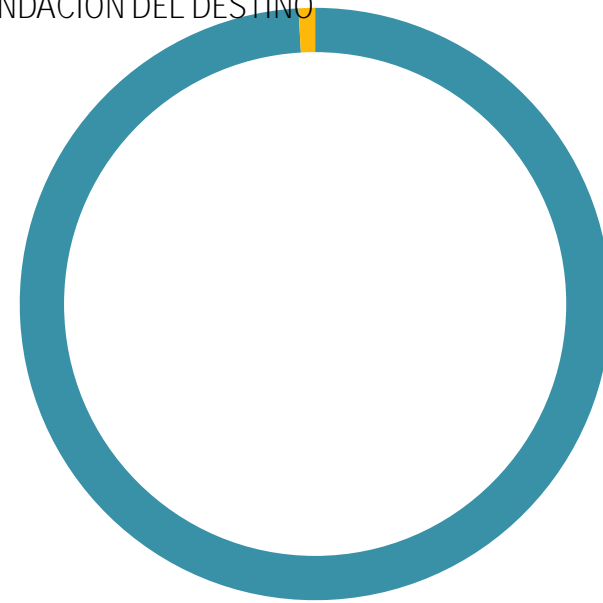
Relacionado con la alta satisfacción, **el 99,1% afirmó tener intención de recomendar la visita a la ciudad.**

RECOMENDACIÓN DEL DESTINO

Sí	99,1%
No	0,9%
TOTAL	100,0%

RECOMENDACIÓN DEL DESTINO

■ Sí
■ No



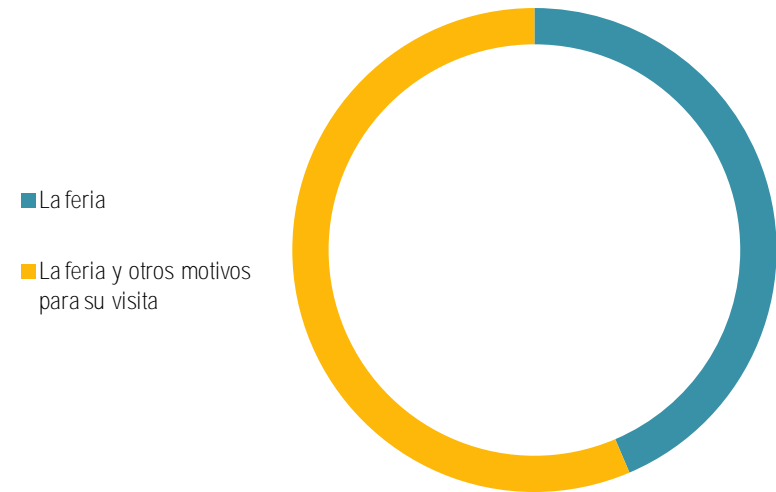
¿Qué Recomendará?

Adicionalmente, se les preguntó a los excursionistas que recomendarían concretamente de la ciudad. El 53,1% afirmó que recomendaría la visita a la ciudad de Málaga durante la semana de feria principalmente y el **46,9% dijo estar dispuesto a recomendar la visita a Málaga, ya sea por la feria o por otros motivos adicionales.**

¿QUÉ RECOMENDARÁ DEL DESTINO?

La feria	43,6%
La feria y otros motivos para su visita	56,4%
TOTAL	100,0%

¿QUÉ RECOMENDARÁ?



6 Visitantes del Centro Histórico vs. Visitantes del Real de la Feria

Tipo de Visitante y Edad

Como se observa en la tabla adjunta, **el peso del turista en la feria del centro histórico (44,1%) es superior al del real (38,4%)** de la feria, donde el excursionismo tiene un mayor protagonismo.

Respecto a **la edad**, el promedio **en el real de la feria (38,9 años) es ligeramente inferior al del visitante de la feria del centro histórico (39,6 años)**, debido esto al mayor peso de los visitantes más jóvenes.

	CENTRO HISTÓRICO	CORTIJO DE TORRES
TIPO DE VISITANTE		
Turista	44,1%	38,4%
Excursionista	55,9%	61,6%
TOTAL	100,0%	100,0%
EDAD		
De 18 a 29 años	33,3%	35,3%
De 30 a 39 años	24,9%	22,6%
De 40 a 49 años	14,4%	17,8%
De 50 a 59 años	11,4%	12,1%
De 60 a 64 años	9,0%	6,7%
65 y más años	6,9%	5,4%
TOTAL	100,0%	100,0%
Edad Media	39,6	38,9

Nacionalidad y Comunidad Autónoma

Respecto a la procedencia, los **visitantes** del Cortijo de Torres **de nacionalidad española** representan el 67,6%, mientras que en el centro histórico suponen el 58,6%, debido al mayor peso del visitante extranjero.

Dentro de los visitantes nacionales, el peso de los que **vienen de la propia comunidad autónoma de Andalucía** supone el 71,2% en el centro histórico y el 69,9% en el real de la feria. Siendo los procedentes de Madrid, los segundos más representativos.

	CENTRO HISTÓRICO	CORTIJO DE TORRES
NACIONALIDAD		
España	58,6%	67,6%
Reino Unido	9,1%	5,7%
Alemania	5,9%	3,9%
Francia	5,7%	5,7%
Belgica	2,5%	0,5%
Holanda	2,5%	1,8%
Italia	2,3%	1,6%
Irlanda	2,0%	0,8%
Otros	11,3%	12,3%
TOTAL	100,0%	100,0%
COMUNIDAD AUTÓNOMA		
Andalucía	71,2%	69,9%
Madrid	10,6%	11,6%
Cataluña	5,8%	5,0%
Otros	12,5%	13,5%
TOTAL	100,0%	100,0%

Situación Laboral y Categoría Profesional

Apenas existen diferencias significativas en cuanto a la situación laboral entre los visitantes del centro histórico y los visitantes del Cortijo de Torres. En ambos recintos, los visitantes se caracterizan por estar **ocupados** (principalmente trabajadores cualificados y sin cualificar), seguidos de los **estudiantes** y los que se encuentran retirados del mercado laboral.

CENTRO HISTÓRICO CORTIJO DE TORRES

SITUACIÓN LABORAL

SITUACIÓN LABORAL	CENTRO HISTÓRICO	CORTIJO DE TORRES
Ocupado por cta propia o ajena	50,8%	51,7%
En paro	12,7%	12,5%
Estudiante	18,9%	20,1%
Retirado / Jubilado	13,0%	10,4%
Labores del Hogar	4,5%	5,2%
TOTAL	100,0%	100,0%

CATEGORIA PROFESIONAL

CATEGORIA PROFESIONAL	CENTRO HISTÓRICO	CORTIJO DE TORRES
Trabajador cualificado	40,0%	42,0%
Trabajador sin cualificar	18,9%	19,5%
Funcionario	15,6%	13,0%
Profesional liberal	7,2%	10,0%
Empresario	15,6%	13,5%
Directivo	2,8%	2,0%
TOTAL	100,0%	100,0%

Forma de Viajar y Calificación del Destino

Sobre la forma de realizar el viaje, la principal diferencia observada entre los visitantes de ambos recintos, es **el mayor peso de visitantes que viajan en pareja al Cortijo de Torres** que los que realizan su visita al centro histórico de la misma manera.

En cuanto a las calificaciones, es destacable la **ausencia de diferencias significativas entre las opiniones de los visitantes de ambos recintos** de la feria de Málaga.

CENTRO HISTÓRICO CORTIJO DE TORRES

FORMA DE VIAJAR

	CENTRO HISTÓRICO	CORTIJO DE TORRES
Solo	11,3%	11,0%
Pareja	32,5%	37,1%
Familia	23,2%	21,7%
Amigos	32,8%	29,5%
Otros	0,3%	0,8%
TOTAL	100,0%	100,0%

CALIFICACIÓN DEL DESTINO

	CENTRO HISTÓRICO	CORTIJO DE TORRES
Limpieza	5,58	5,69
Aparcamientos	5,73	6,07
Transporte Público	6,18	6,45
Señalización turística	6,60	6,84
Información turística	6,81	7,02
Accesibilidad	6,94	7,08
Playas	7,18	7,09
Seguridad	7,24	7,16
Calidad/precio	7,36	7,33
Oferta cultural	7,39	7,62
Alojamiento	7,64	7,67
Oferta gastronómica	7,66	7,69
Trato recibido	7,85	7,77

Número de Visitas y Conocimiento de la Feria

CENTRO HISTÓRICO CORTIJO DE TORRES

Tanto el centro histórico como el real de la feria acogen en torno al 40% de primeras visitas. Mencionar la mayor cuota de visitantes que han llegado hasta el centro de la ciudad en más de diez ocasiones.

NÚMERO DE VISITAS

Es la primera vez	43,8%	41,8%
Es la segunda vez	13,8%	10,7%
De tres a cinco veces	11,9%	15,1%
De seis a diez veces	7,3%	11,5%
Más de 10 veces	22,6%	20,4%
Ns/Nc	0,6%	0,5%
Total	100,0%	100,0%

Más de la mitad de los visitantes de ambos recintos tenían conocimiento previo de la feria.

CONOCIMIENTO PREVIO DE LA FERIA

Si	54,8%	53,7%
No	45,2%	46,3%
Total	100,0%	100,0%

Siendo, en ambos casos, los **familiares y amigos los principales prescriptores** de su visita a la feria de Málaga.

FORMA EN QUE CONOCIÓ LA FERIA

Familia y amigos	71,7%	73,5%
Televisión	4,4%	3,9%
Radio	1,0%	0,9%
Prensa	2,9%	1,2%
Internet	17,1%	17,9%
Agencia de viajes	2,9%	2,7%
Total	100,0%	100,0%

Motivo para Volver, Recomendación y Presupuesto para el viaje.

Existe una mayor cuota de visitantes en el Cortijo de Torres que manifiesta que volverán a la ciudad por otros motivos adicionales a la feria. Por el contrario, esta cuota en los visitantes del centro histórico es ligeramente inferior. Aunque a la hora de recomendar la feria o la ciudad de Málaga, ambos visitantes presentan cuotas similares.

Tampoco se han detectado diferencias significativas en el presupuesto que los visitantes de ambos recintos manifiestan tener para su visita a la feria de Málaga.

	CENTRO HISTÓRICO	CORTIJO DE TORRES
MOTIVO PARA VOLVER A LA FERIA		
La feria de Málaga	45,0%	40,4%
La feria u otros motivos	55,0%	59,6%
Total	100,0%	100,0%
¿QUÉ RECOMENDARÁ?		
La feria exclusivamente	49,6%	48,8%
La feria y otros motivos para su visita	50,4%	51,2%
Total	100,0%	100,0%
PRESUPUESTO PARA LA VISITA		
Presupuesto Medio	69,29 €	68,22 €

7 Estimación del Impacto Económico

El impacto directo del gasto de los visitantes de Málaga durante la Feria del año 2013 se ha calculado en base a la intensidad de uso y gasto medio de cada uno de los **conceptos de gasto incluidos en las partidas analizadas**, a saber, transporte, alojamiento, restauración, compras y otros conceptos, elevados al número de visitantes que llegaron a la ciudad, **resultando un impacto económico directo que asciende a 23,1 millones de euros.**

El **número de visitas** que se produjeron en la ciudad durante la Feria 2013 fue de **337.000** visitas (entre turistas y excursionistas). Dado que según la encuesta realizada a la demanda, el porcentaje de excursionistas es del 58,6%, por tanto llegaron a la ciudad un total de **197.000 visitantes que no pernoctaron** en la misma. De forma contraria, el número de **visitas turísticas ascendió a 139.500**, lo que supone hablar de **17.400 turistas diarios**, de media, durante los ocho días de la Feria.

Concretamente, **el gasto efectuado por los visitantes durante la Feria del año 2013**, fue de **23.100.819,50 euros**. El gasto se reparte en 5 partidas que van desde el transporte en la ciudad, al alojamiento, los consumos en restauración, las compras y otros gastos.

A la hora de calcular el impacto que este gasto tendrá en la economía malagueña, lo primero a realizar es la asignación de las partidas de gastos de estos consumos, es decir, la nueva demanda que se genera en las diferentes ramas productivas, en función de la naturaleza del gasto y qué se pretende realizar.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO

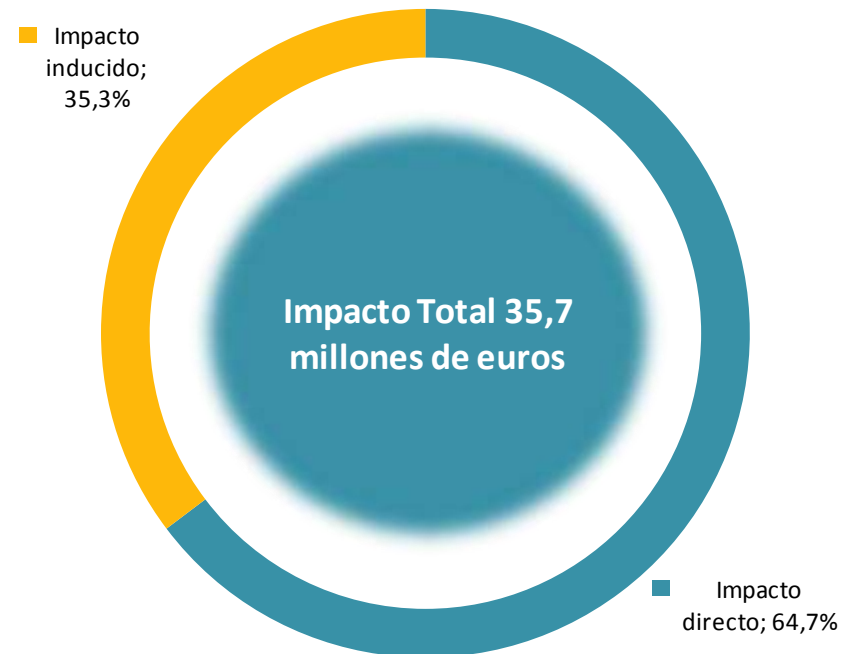
	IMPORTE (Euros)	Porcentaje (%)
AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA	713.587,3	3,1
INDUSTRIA	1.506.243,7	6,5
SERVICIOS	20.880.988,4	90,4
Total	23.100.819,5	100,0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se recoge el reparto final por ramas de actividad del gasto directo de visitantes de la Feria de Málaga en 2013, donde se refleja que la economía malagueña ha recibido en 2013 un estímulo de demanda de 23.100.819,50 euros, lo que se ha traducido en un aumento de la producción de los bienes y servicios.

Aplicando la metodología Input-Output la **estimación del impacto** generado por el gasto del visitante de Feria en Málaga durante el año 2013 será de **35,7 millones de euros**, el **impacto inducido** se calcula que ha rondado los **12,6 millones de euros**.

Desagregando el impacto económico por ramas, se observa que el sector que ha incrementado más su producción ha sido el sector Servicios, seguido del de la Industria y el sector Primario (agricultura, ganadería y pesca). El grupo con menor impacto global, en cuanto a la producción, ha sido la Construcción tal y como se puede apreciar en la siguiente tabla.



DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN GENERADA POR RAMAS PRODUCTIVAS EN EL ENTORNO DE MÁLAGA

	PRODUCCIÓN TOTAL		PRODUCCIÓN INDUCIDA	
	IMPORTE (Euros)	Porcentaje (%)	IMPORTE (Euros)	Porcentaje (%)
AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA	1.343.913,4	3,8	630.326,0	5,0
INDUSTRIA	5.424.350,9	15,2	3.918.107,2	31,1
CONSTRUCCIÓN	635.479,6	1,8	635.479,6	5,0
SERVICIOS	28.313.065,8	79,3	7.432.077,3	58,9
Total	35.716.809,7	108,4	12.615.990,2	106,0

Fuente: Elaboración propia

Parte de la producción se destina a usos o destinos finales, integrando lo que se conoce como Valor Añadido Bruto (VAB). Se **estima un importe del VAB a precios básicos de unos 17,01 millones de euros**, que representa el 47,6 por ciento de la producción total estimada.

DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN, EL VALOR AÑADIDO Y LOS CONSUMOS INTERMEDIOS DEL ENTORNO DE MÁLAGA

	Consumos Intermedios a precios adquisición	VAB a precios básicos	Producción a precios básicos
Impacto Directo	7.950.177,4	11.442.761,6	23.100.819,5
Impacto Inducido	8.891.744,8	5.575.185,1	12.615.990,2
Impacto Total	16.841.922,3	17.017.946,7	35.716.809,7

Fuente: Elaboración propia

Estimación del Empleo

En lo que respecta al empleo, se estima que el gasto de los visitantes durante la Feria de Málaga 2013 significa para la ciudad **434 empleos equivalentes anual a tiempo completo, lo que supone más de 9.000 jornadas laborales cada día de feria.**

