



## COMUNICADO

Turismo y Promoción de la Ciudad

[www.malaga.eu](http://www.malaga.eu)

# Tres de cada cuatro viajeros de vuelos directos de Estados Unidos y Oriente Medio del Aeropuerto se alojan en Málaga capital

- Así se desprende de una encuesta encargada por el Observatorio de Turismo Sostenible de Málaga (STO Málaga) y realizada a 710 usuarios de seis aerolíneas tanto de Estados Unidos (United Airlines) como de Oriente Medio (Qatar Airways, Etihad Airways, Saudia Airlines, Gulf Air y Kuwait Airways)
- La práctica totalidad de los encuestados (el 99,72%) destaca que el destino turístico cumplió con sus expectativas

1/3

**Málaga, 14 de octubre de 2024.-** La ciudad de Málaga es el lugar preferente de alojamiento para viajeros de vuelos directos de Estados Unidos y Oriente Medio del Aeropuerto. Así se desprende de una encuesta encargada por el Observatorio Turismo Sostenible de Málaga (STO Málaga) que ha versado sobre expectativas de viaje y experiencia y que se ha llevado a cabo entre julio y agosto en el Aeropuerto Málaga - Costa del Sol a 710 usuarios de seis aerolíneas tanto de Estados Unidos (United Airlines) como de Oriente Medio (Qatar Airways, Etihad Airways, Saudia Airlines, Gulf Air y Kuwait Airways).

En concreto, señala que el 73,94% eligió alojarse en Málaga capital, frente a otras localidades de la provincia, como Marbella (15,21%), Torremolinos (7,75%), Benalmádena (2,25%), Nerja (0,6%) o Fuengirola (0,3%).

De las personas preguntadas, el 91,57% viajó por ocio frente al 8,43% restante que lo hizo por negocios. Algo más de la mitad (el 55,06%) suponía su primer viaje a España y dos tercios del total (el 71,77%) no había estado nunca en Málaga concretamente.

La encuesta, asimismo, señala el alto grado de satisfacción del viajero aéreo usuario de estas seis líneas de gran interés estratégico para el destino. De esta forma, la práctica totalidad (el 99,72%) consideran que las atracciones turísticas que visitaron en Málaga cumplieron sus expectativas y la experiencia de la ciudad en general ha cumplido enormemente las expectativas generales del viaje (casi un 98%).



Otros parámetros resultan significativamente bien valorados por estos encuestados, que proceden todos ellos de un mercado de alto valor añadido. Así, el 96,90% de los encuestados valora satisfactoriamente el alojamiento escogido, mientras que el 96,62% pone el acento en que la gastronomía cumplió las expectativas.

### **Oferta e información turística, limpieza, movilidad y el trato profesional, muy valorados**

En el capítulo del acceso a la información turística que proporciona la ciudad, también la práctica totalidad (el 94,79%) considera que ha sido clara y útil para desenvolverse en el destino. Al respecto, el 92,96% se muestra satisfecho con las actividades culturales y de entretenimiento que Málaga ofrece.

En cuanto a la limpieza y el estado general de la ciudad, para el 91,13% cumplió sus expectativas al afirmar que ha sido como esperaba. Del mismo modo se valora la ciudad en cuestión de movilidad: el 86,90% encontró fácilmente opciones de transporte para moverse por la capital. El clima también es especialmente estimado, con un 82,82% confirmando su satisfacción con los días que encontró durante su estancia.

Los profesionales del sector turístico también han encontrado una nota muy alta por parte de los encuestados y usuarios de las aerolíneas de Estados Unidos y Oriente Medio. En concreto, el 90,14% considera destacable la amabilidad y la hospitalidad de los profesionales con los que han tratado dentro de los servicios asociados al turismo.

2/3

Otros elementos bien valorados por los 710 encuestados han sido las playas y paseos marítimos (82,11% satisfecho) y las opciones de compras (82,39%). Además, el 78,73% afirma haber interactuado con la cultura local y las tradiciones de Málaga. Así mismo, el idioma no ha sido una barrera significativa para disfrutar de su estancia en Málaga (más de un 78%).

Por último, del 26,06% de encuestados que no se alojaron en la capital, algo más de la mitad considera que debe volver para conocer mejor Málaga capital y el resto considera que ha tenido tiempo suficiente para conocer y explorar la ciudad.

Respecto a las referidas a logística del viaje, la mayoría de encuestados está satisfecho con la limpieza y el ambiente del aeropuerto (casi un 94%). Más del 99% de los encuestados se sintió seguro y protegido por su paso por el mismo; y en cuanto a la accesibilidad al aeropuerto y las diferentes zonas utilizadas, a la mayoría de los encuestados le resultó fácil llegar (casi un 97%), y casi todos encontraron fácilmente su zona de facturación, (casi un 95%).

### **STO Málaga y metodología utilizada**

El Área de Turismo, dentro de sus acciones para fortalecer la resiliencia de la ciudad y orientar el sector turístico hacia una mayor sostenibilidad, creó el STO Málaga, el



observatorio de turismo sostenible, que desde 2022 pertenece a la Red de Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible de la ONU TURISMO (INSTO).

STO Málaga, que trabaja en el objetivo común de la Red como es la mejora continua de la sostenibilidad del destino, realiza el seguimiento, evaluación y difusión de la actividad turística de Málaga. Dentro de las acciones para proporcionar dicha información el Observatorio ha puesto en marcha en este 2024 encuestas a viajeros de líneas aéreas en el Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol.

Se trata de una iniciativa financiada por la Unión Europea a través de los Fondos Next Generation EU, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. STO Málaga pertenece a la Red INSTO de Observatorios Turísticos Sostenibles que pertenece a ONU Turismo. En este caso concreto, la encuesta se lleva a cabo con la finalidad de evaluar, analizar y contrastar las expectativas del viajero y su experiencia en la ciudad de Málaga y facilitar que entes públicos y privados pueden realizar tomas de decisiones basadas en ella.

La recogida de datos fue efectuada a través de entrevistas presenciales llevadas a cabo por encuestadores. Se llevó a cabo en la zona de facturación, a lo largo de los meses de julio y agosto de 2024, de lunes a domingo en horario de mañana y tarde, en función de los horarios de salidas de las seis aerolíneas seleccionadas: United Airlines, Qatar Airways, Etihad Airways, Saudia Airlines, Gulf Air y Kuwait Airways.

3/3

De los usuarios de estas seis compañías, la proporción de encuestados fue el siguiente: un 35% eran usuarios de United Airlines y otro 35% lo era de Qatar Airways. Un 12,5% de encuestados voló con Etihad Airways y otro tanto con Saudia Airlines. Finalmente, un 2,5% de encuestados era usuario de Gulf Air y otro 2,5% lo era de Kuwait Airways.

En cuanto a las variables de edad, el 31,83% de los encuestados perteneció a la franja de edad de 31 a 40 años; el 28,59% a la franja de entre 41 y 50 años; el 18,87% a la franja de entre 19 y 30 años; el 12,39% a pasajeros que tenían entre 51 y 60 años. Finalmente, el 6,62% de los encuestados tenían hasta 18 años de edad; el 1,41% se encontraba en el margen de entre 61 y 70 años y el 0,28% sobrepasaba los 70 años de edad.

Los pasajeros de las compañías aéreas encuestadas proceden de 17 países diferentes del mundo. Entre los que destacan Qatar (26,62%), Estados Unidos (25,35%), Arabia Saudita (20,42%) y Emiratos Árabes Unidos (11,55%).