

# Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes a la Semana Santa de Málaga 2018



CÁTEDRA DE  
ESTUDIOS COFRADES



fundación  
lágrimas y  
favores



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA





“La Semana Santa del siglo XXI debe ser solidaria”.

*Antonio Banderas*



Estudio elaborado por:

Dr. D. Benjamín del Alcázar Martínez.

Dra. Dña. Eva María González Robles.

Dr. D. Plácido Sierra Herrezuelo.

Cátedra de Estudios Cofrades 2018.

Fundación Lágrimas y Favores.

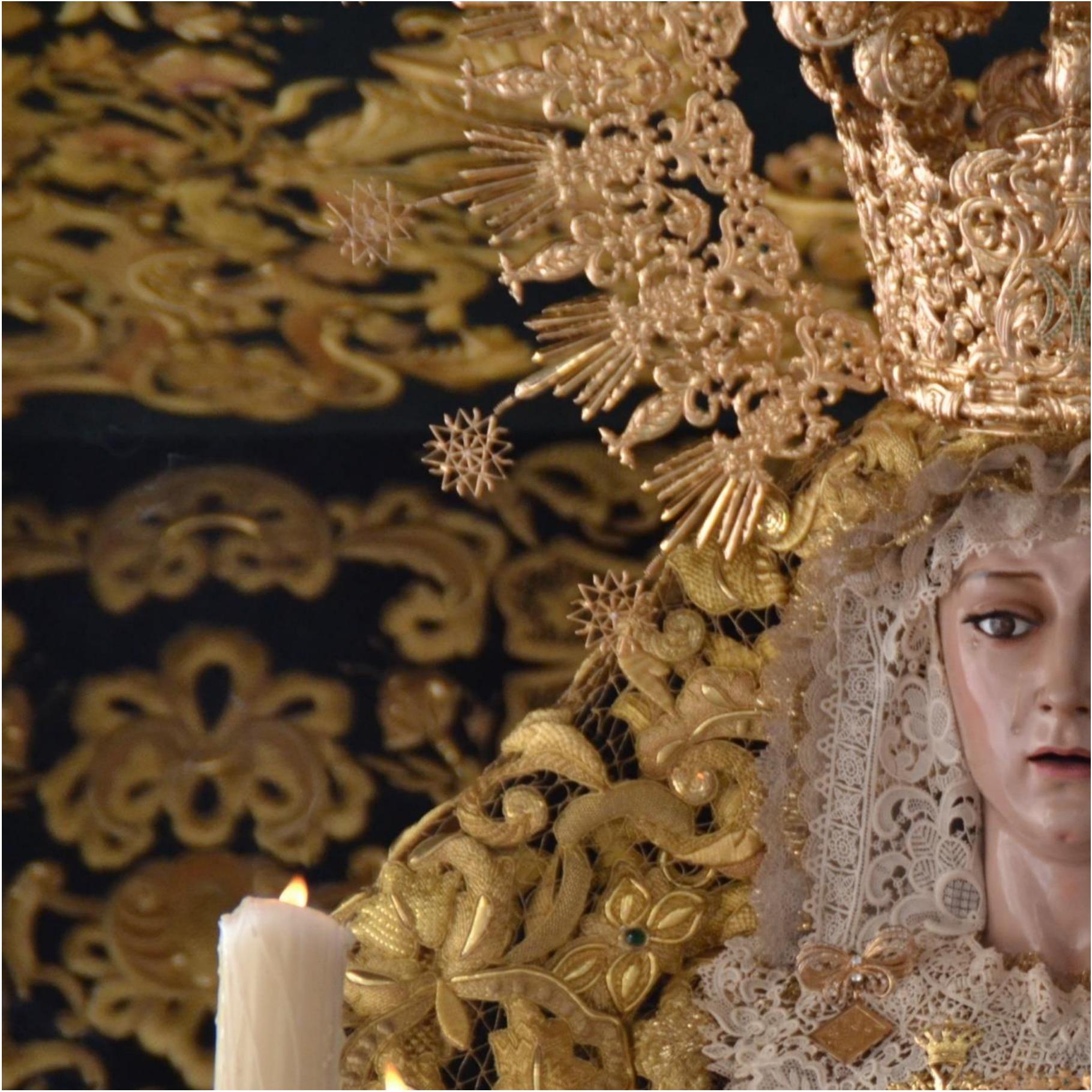
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA.

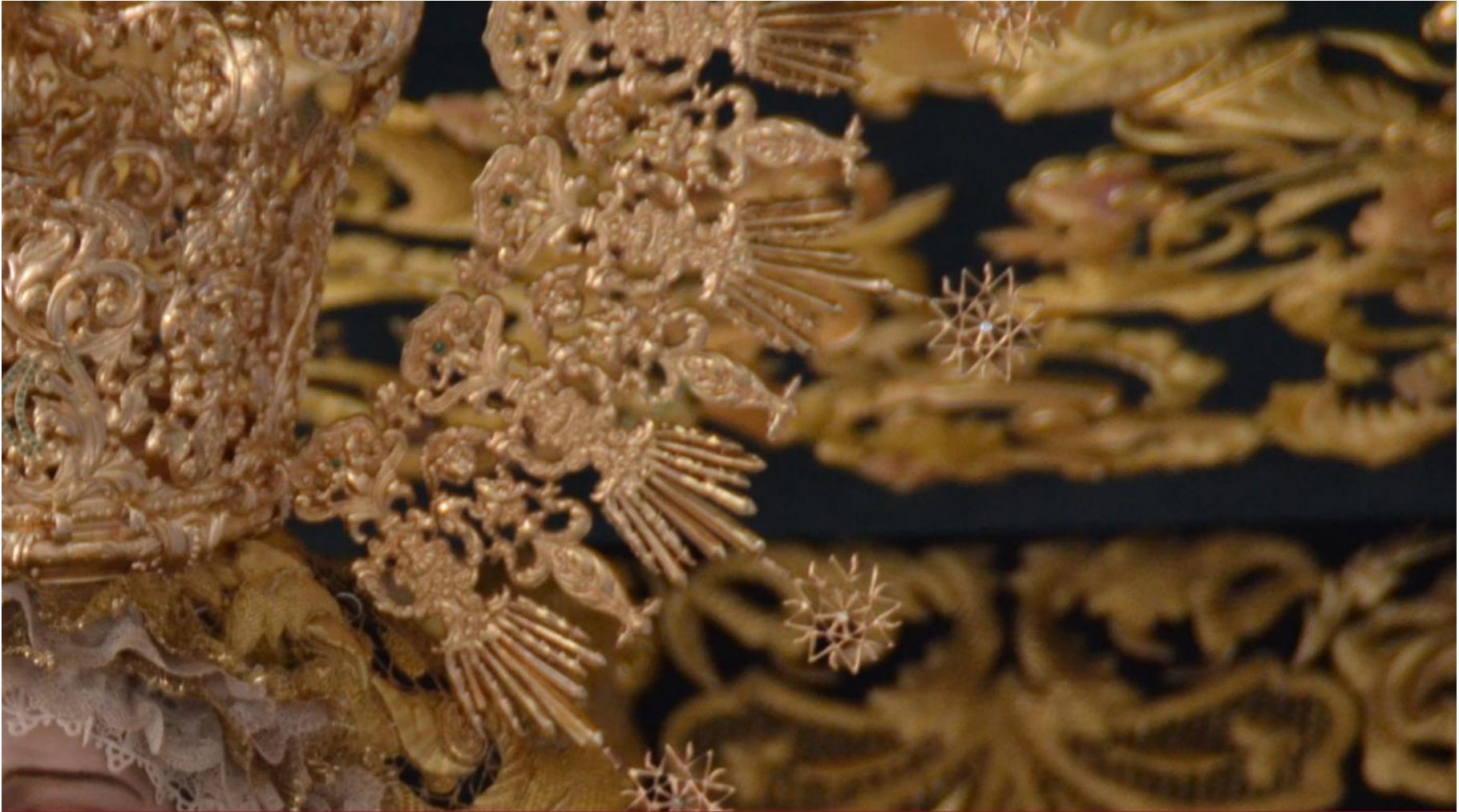
Estudio de campo:

[accionmk.com](http://accionmk.com)

Banco de imágenes:

Dña. Beatriz Martín Salvador





Índice





## Índice

1.- INTRODUCCIÓN .....	11
2.- OBJETIVOS .....	21
3.- METODOLOGÍA.....	25
4.- PERFIL DEL RESIDENTE QUE ACUDE A LA SEMANA SANTA.....	35
5.- PERFIL DEL TURISTA QUE ACUDE A LA SEMANA SANTA.....	47
6.- PERFIL DEL EXCURSIONISTA QUE ACUDE A LA SEMANA SANTA .....	63
7.- ESTÁTICA COMPARATIVA ENTRE TIPOLOGÍAS DE VISITANTES .....	79
8.- CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA Y DEL IMPACTO ECONÓMICO.....	87
9.- CONCLUSIONES .....	95
10.- BIBLIOGRAFÍA .....	101





Introducción



## 1.- INTRODUCCIÓN

Dentro de las actividades propias de la Cátedra de Estudios Cofrades, entidad que surge como iniciativa de la Fundación Lágrimas y Favores en colaboración con la Universidad de Málaga, realizamos un primer estudio en el año 2016 sobre el impacto económico de los visitantes a la Semana Santa en el que se cuantificó la repercusión directa e indirecta del gasto generado por las personas que presenciaron los desfiles procesionales de ese año en 82,3 millones de euros.

Asimismo, en ese primer estudio, pionero a nivel nacional en esta materia y que constituyó el primer acercamiento, de forma rigurosa, a esta importancia de la Semana Santa sobre la economía local, también se analizó el perfil de los distintos grupos de visitantes, agrupados en 3 categorías: turistas, excursionistas y residentes. Según dicho estudio, que puede consultarse en la web de la Cátedra, se estimó en más de 1,1 millones de visitas en global de los 7 días de desfiles procesionales, cifrándose en unas 381.000 personas las que acudieron a presenciarlos.

Hasta ese momento, existían algunos datos y estudios, que apuntaban a un impacto mucho menor, motivado fundamentalmente en que se analizaba solo la repercusión económica generada por los turistas que acudían a la ciudad para presenciar los desfiles procesionales. En el estudio de esta Cátedra se aportó un valor añadido de gran trascendencia, pues se incorporó como objeto de análisis al que podríamos definir como “primer y más importante mercado potencial” de la Semana Santa, y el que genera un mayor impacto en la economía local durante esos 7 días, la propia comunidad local. Es decir, se tiene en consideración, no solamente, el impacto económico provocado por los turistas, sino de manera agregada a éste, el ocasionado por los residentes y excursionistas.

Desde la publicación de dicho estudio, esos datos se han convertido en la fuente principal de información que ha permitido a distintas autoridades, tanto desde el ámbito político, como desde la propia Agrupación de Cofradías, pasando por periodistas y medios de comunicación en general, poner en valor la importancia de nuestra Semana Santa desde esta perspectiva económica.

Sin embargo, dado que éste es uno de los grandes objetivos que da lugar a la Cátedra de Estudios Cofrades, hemos considerado relevante actualizar dicha investigación, de tal forma que de una parte permita ver una evolución de los datos, y al mismo tiempo pueda servir para confirmar y apoyar el estudio realizado en el año 2016.

Con tal propósito, durante la Semana Santa del pasado año 2018, se volvió a realizar el trabajo de campo que se describe en la metodología de este documento y que ha permitido seguir investigando en esta misma línea de trabajo.

No obstante, y tal como ya pusimos de manifiesto en el anterior trabajo, queremos hacer notar en esta introducción, que el impacto económico que se analiza en este estudio es solo una parte de las distintas componentes que supone la enorme trascendencia monetaria que significa el mundo cofrade y la Semana Santa, no solamente para la economía local, sino con incidencia directa e indirecta en el ámbito regional e incluso nacional.

En este sentido, un análisis exhaustivo debería, cuando menos, tener en cuenta para estos cálculos 3 grandes fuentes de riqueza y generación económica motivadas por la Semana Santa, y que podrían catalogarse de la siguiente forma:

- a) **La industria cofrade:** Que incluiría todo el movimiento económico generado de forma directa tanto por las propias cofradías y hermandades, como por la Agrupación. Este colectivo integrado por 41 hermandades, generan un importante flujo económico derivado no solo por los gastos ocasionados por su salida procesional, sino por su actividad continua a lo largo de todo el año. De manera aproximada, para sus salidas procesionales se mueven en nuestra ciudad, según los datos obtenidos de distintas guías, revistas y aplicaciones cofrades: 83 tronos, 107 bandas de música (47 diferentes) y, aproximadamente, 15.500 portadores y 16.500 nazarenos.

Este colectivo agrupa de manera directa a unos 80.000 hermanos que contribuyen al sostenimiento de éstas a través de diversas vías. Anualmente pagan su cuota de hermano. Además, aquellos que participan de forma directa en sus salidas procesionales abonan generalmente un donativo específico que varía según los puestos procesionales y las distintas hermandades. Y en muchos casos, también

### *Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes a la Semana Santa de Málaga 2018*

contribuyen de manera sistemática a través de las distintas actividades que las cofradías organizan de manera periódica, como rifas, venta de loterías, etc.

Además, esta importancia económica, de la que consideramos como primera dimensión de la Semana Santa, tiene a nuestro juicio también una especial significación de manera cualitativa. Gracias a esta “industria” se han mantenido sectores de actividad, muy ligados en la mayoría de los casos a profesiones artesanales que, sin duda alguna, muchos de ellos no existirían en la actualidad sin la Semana Santa. Entre estos sectores cabe destacar a imagineros, orfebres, tallistas, doradores, bordadores, ceramistas, cererías, floristerías, bandas de música (instrumentos, uniformes), o sastres, entre otros muchos.

Paralelamente, estas hermandades y cofradías de manera periódica asumen importantes inversiones en restauración o adquisición de nuevos elementos patrimoniales, que pueden suponer en algunos casos partidas muy elevadas como por ejemplo al proyectar la elaboración de nuevos tronos, mantos o palios, o de carácter menor, que puede variar en función del tipo de enseres a restaurar o adquirir, túnicas y similares.

A todos ellos debemos añadir otros muchos sectores de actividad que como consecuencia de su funcionamiento a lo largo de todo el año se genera de manera regular. Así cabe destacar por ejemplo como en las 2 últimas décadas, la gran mayoría de las hermandades han asumido la construcción de sus casas de hermandad, haciéndose cargo tanto de la inversión inicial de la edificación como de su mantenimiento diario.

Asimismo, las cofradías y hermandades son clientes asiduos de numerosas empresas de distintos sectores, como servicios generales, desde la banca hasta la hostelería, pasando por imprentas, tintorerías o transportes entre otros muchos.

También de manera directa en los últimos años están teniendo un papel muy significativo en obras sociales y beneficencia, aportaciones que según el presidente de la Agrupación podrían cifrarse en unos 700.00 € anuales (Atencia, P. 2016)

De forma paralela, la propia Agrupación de Cofradías mantiene una intensa actividad durante buena parte del año, que culmina lógicamente en la época de cuaresma. En esta dinámica cabe destacar una inversión económica también muy significativa, así tan solo en lo derivado del montaje de sillas y tribunas, se estima en más de 20.000 las localidades que salen a la venta para la Semana Santa, y que según las declaraciones del presidente de la Agrupación mueven en torno a 1,5 millones de euros anuales (Atencia, P. 2016).

No obstante, este primer capítulo de la significación económica de la Semana Santa de Málaga no ha sido tratado de forma directa en el presente estudio. Actualmente, y tras muchos años persiguiendo poder alcanzar el objetivo de conocer con profundidad la significación económica de la “industria” cofrade, estamos avanzando de forma notable en esta línea y esperamos poder aportar, próximamente, datos también rigurosos sobre esta área del impacto económico de las Cofradías.

- b) **La Semana Santa como “atractivo turístico”**: En esta segunda dimensión se deberá tener en cuenta el impacto económico derivado de la capacidad de atracción de visitantes no residentes que acuden a nuestra ciudad atraídos por los desfiles de Semana Santa.

En este ámbito hay que diferenciar, como es habitual en todos los datos de movimientos turísticos, el considerado como “turista” del “excursionista”, cuya diferencia a efectos de análisis estriba en si se pernocta o no en la ciudad.

Este segundo bloque económico es uno de los objetivos principales de este estudio, y que pasaremos a continuación a analizar en detalle, tanto en lo que se refiere a los perfiles que caracterizan a cada grupo, como en lo que al gasto económico generado se refiere.

En nuestro caso, y al objeto de este estudio, el carácter de excursionista técnicamente puede generar 2 perfiles u orígenes muy distintos.

De una parte, tendríamos a los residentes en la propia provincia de Málaga, que técnicamente al pernoctar en otro municipio distinto a la capital, deben considerarse excursionistas, pero que pueden ser

profundos conocedores de la Semana Santa e incluso, en muchos casos tienen una fuerte implicación con la misma.

Pero también queda recogido otro perfil de excursionista que incluye a los propios turistas alojados en los distintos municipios de la provincia, principalmente de la Costa del Sol, que se desplazan a Málaga, sin pernoctar en ella, para presenciar los desfiles procesionales y/o a los residentes de ciudades relativamente cercanas que realizan desplazamientos en el mismo día de ida y vuelta con el objetivo igualmente de disfrutar de nuestra Semana Santa.

En esta vertiente turística los impactos económicos provendrán de fuentes muy diversas, y variarán según los perfiles antes enumerados, pudiendo incluir alojamiento, manutención, transporte y/o desplazamientos, participación directa en actividades propias de la Semana Santa o en otras actividades de ocio y/o turísticas, etc.

- c) **Los residentes como “público objetivo” de la Semana Santa:** Una tercera dimensión que consideramos muy relevante para el análisis del impacto económico hace referencia a los gastos generados por la comunidad local y que tienen una relación directa o indirecta con la Semana Santa.

En este otro contexto también cabe considerar 2 situaciones diferenciadas y que resultan de gran interés. De una parte el gasto y movimiento económico generado por este colectivo durante la Semana Santa con motivo de acudir a ver las procesiones, como el que realizan al cabo del año por su vinculación con las cofradías y hermandades; y de otra parte las actividades y/o inversiones realizadas por las empresas de nuestro entorno que ven en el residente interesado en el mundo cofrade una oportunidad de negocio para la realización de actividades promocionales, desarrollo de productos u otras acciones empresariales.

Dentro de este estudio nos ocuparemos de una parte de ese primer escenario, es decir el gasto de los residentes durante la Semana Santa con motivo de los desfiles procesionales, intentando delimitar el gasto total y su desglose en los sectores o tipos de actividades que atraen una mayor parte de dicho consumo. En este sentido, como posteriormente se analizará en detalle, los sectores más directamente

implicados son entre otros la hostelería, transporte público (EMT, metro, taxi), aparcamientos públicos, etc.

En futuros estudios se encuentra igualmente en los objetivos de la Cátedra abordar ese otro planteamiento de la actividad económica generada en relación a la Semana Santa por empresas de nuestro entorno que ven el “mercado cofrade” una importante oportunidad de negocio.

Dentro de ese grupo de actividades cabe considerar por ejemplo a los medios de comunicación local, televisiones, emisoras de radio o prensa, que desarrollan programas especiales y/o suplementos con esta orientación y que ven un importante crecimiento de su audiencia y de sus ingresos publicitarios derivados de la misma.

Otro sector muy relacionado con esta dimensión ha surgido en los últimos años como consecuencia del desarrollo de las tecnologías: la creación y comercialización de las aplicaciones cofrades, como El penitente entre otras muchas.

Y en esta línea podrá profundizarse en un creciente número de empresas que poco a poco van viendo esta oportunidad de mercado, como son los bares y restaurantes ambientados en el mundo cofrade, tiendas específicas de objetos cofrades; imprentas y empresas del ámbito de la publicidad, etc.

En definitiva, y en base a todo lo anteriormente enunciado, dentro de este estudio hemos intentado integrar todo aquel impacto económico generado con motivo de la Semana Santa que proviene del consumo generado por todas aquellas personas que acuden a ver las procesiones de Semana Santa, ya sean residentes, excursionista o turistas.

Pero, además, debe entenderse, que el impacto económico global de la Semana Santa de Málaga vaya mucho más allá de esta perspectiva, derivándose como consecuencia de estas otras fuentes de riqueza y de impacto económico que se produce de manera directa e inducida, no solo durante los 7 días de la Semana Mayor, sino durante todo el año.

### *Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes a la Semana Santa de Málaga 2018*

También, queremos hacer constar en esta introducción que somos totalmente conscientes de las connotaciones religiosas de nuestro objeto de estudio, la Semana Santa. No pretendemos entrar en este trabajo a analizar, valorar o hacer cualquier consideración que pueda interpretarse como una incursión en las dimensiones religiosas de esta festividad. Simplemente se pretende dejar constancia, de que independientemente de ellas, esta celebración supone un importante flujo económico para nuestra sociedad y economía local. Sabemos, ante todo, que estamos ante una vivencia de gran importancia para muchas personas. Se trata de su vivencia. Así, aunque hablamos de Semana Santa como recurso y generación de actividad económica y turística, para nada significa desproveerla de su verdadero sentido, llevarla al ámbito del folclore popular o ponerla al servicio del turismo o de las empresas. Todo lo contrario, la valoración de su importancia supone, de oficio, la restricción de no estorbar o limitar su verdadera razón de ser e idiosincrasia y apoyarla en toda su dimensión.





Objetivos



## 2.- OBJETIVOS

Tal como hemos indicado en la introducción de este trabajo, y de acuerdo a los propósitos generales de la Cátedra de Estudios Cofrades, el **objetivo general** de esta investigación consiste en:

*Determinar el impacto económico generado por los residentes, turistas y excursionistas como consecuencia de sus visitas para presenciar los desfiles procesionales de la Semana Santa de Málaga.*

Este objetivo general, puede desglosarse en los siguientes objetivos específicos:

- Conocer el grado de atracción generado por la Semana Santa sobre el “público objetivo”, diferenciando su cuota de penetración sobre los propios residentes de Málaga; los turistas y los excursionistas.
- Valorar el grado de implicación directa de la población en la Semana Santa de Málaga, delimitando su participación como hermanos de cuota; participantes directos en los desfiles procesionales o simplemente como “espectadores”.
- Determinar el volumen total de visitantes a la Semana Santa de Málaga y conocer sus perfiles, diferenciando entre residentes, turistas y excursionistas.
- Cuantificar el impacto económico generado por dichos visitantes de manera directa e inducida.
- Identificar la estructura y la distribución del gasto generado por los visitantes a la Semana Santa de Málaga entre los sectores afectados por el mismo.



A photograph of a highly ornate, silver-colored street lamp. The lamp features multiple tiers of decorative finials and a central glass globe. A solid red horizontal band is superimposed over the middle of the image, containing the word 'Metodología' in white text. The background is a clear, light blue sky. In the lower-left corner, there are some white and pink flowers, possibly from a nearby bush or tree.

# Metodología



### 3.- METODOLOGÍA

La diversidad de objetivos definidos en este estudio ha requerido diseñar una metodología compuesta por diferentes fases. Cada una de ellas la hemos desarrollado desde diferentes enfoques de investigación. De manera sistemática, la siguiente figura recoge cada una de las fases mencionadas:

*Figura 1 Fases de la metodología para la elaboración del estudio.*



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

#### 3.1. CONSTRUCCIÓN DEL SISTEMA DE INTELIGENCIA

El objetivo de esta primera fase fue identificar y recopilar las diferentes fuentes secundarias existentes en el mercado que permitiesen contextualizar los objetivos planteados en el estudio. Así, hemos conseguido construir un sistema de inteligencia que permita diseñar mejor el trabajo de campo y lograr responder más eficientemente a las necesidades informativas detectadas.

De esta manera, desde la propia observación, hemos identificado y analizado tanto estudios ya elaborados sobre la Semana Santa de Málaga por otras instituciones, como los bancos de datos a tener en cuenta para la correcta ejecución del estudio. Entre los primeros, hemos encontrado los siguientes:

- Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes a la Semana Santa de Málaga 2016. Elaborado por la Cátedra de Estudios Cofrades, elaborado para la Fundación de Lágrimas y Favores y en colaboración con la Universidad de Málaga.
- Impacto Económico y Turístico de la Semana Santa 2014. Elaborado por la Sociedad de Planificación y Desarrollo (SOPDE) para el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga.
- Impacto Económico y Turístico de la Semana Santa 2013. Elaborado por la Sociedad de Planificación y Desarrollo (SOPDE) para el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga.
- Análisis del Potencial Turístico de la Semana Santa de Málaga 2012. Cátedra de Estudios Cofrades de la Universidad de Málaga.
- Notas de prensa y artículos de opinión sobre el impacto económico de la Semana Santa de Málaga.

Así mismo, hay que destacar los siguientes bancos de datos:

- Padrón municipal. Instituto Nacional de Estadística.
- Encuesta de Ocupación Hotelera. Instituto Nacional de Estadística.
- Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos. Instituto Nacional de Estadística.
- Registro de Turismo de Andalucía. Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía.
- Movimiento de pasajeros en transporte público de la ciudad. Empresa Municipal de Transportes.

Tras la consulta de todas las fuentes señaladas y la selección de la información relevante para nuestro estudio, iniciamos la segunda fase metodológica, denominada: Diseño y ejecución del trabajo de campo.

### 3.2. DISEÑO Y EJECUCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

En base a la información recopilada en la primera fase y a los objetivos generales y específicos de este trabajo, iniciamos el proceso de diseño del trabajo de campo para la obtención de información primaria, de interés para la investigación. En concreto, fue necesario desarrollar dos trabajos de campo independientes.

## *Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes a la Semana Santa de Málaga 2018*

- a) En primer lugar, con el fin de estimar **el grado de penetración de la Semana Santa** entre los residentes de la ciudad, diseñamos y ejecutamos una encuesta para los días previos a su celebración. Los detalles se encuentran en la siguiente ficha técnica:

*Tabla 1. Ficha técnica para la recopilación de información sobre la intención de visitar la Semana Santa de Málaga*

<b>Ámbito geográfico</b>	Málaga capital. Distrito Centro Histórico.
<b>Ámbito temporal</b>	Del 18 de marzo al 22 de marzo de 2018. Días antes de la celebración de la Semana Santa.
<b>Universo</b>	Población mayor de edad, residente en Málaga capital.
<b>Enfoque</b>	Descriptivo
<b>Método</b>	Entrevista personal, estructurada, con preguntas abiertas y cerradas.
<b>Procedimiento de muestreo</b>	Muestreo por ruta aleatoria.
<b>Tamaño de la muestra</b>	200
<b>Representatividad de la muestra</b>	Considerando una población infinita y condiciones de muestreo más desfavorables ( $p=q=0,5$ ). Definido un intervalo de confianza del 95% ( $Z=1,96$ ), se asume un error de muestreo del $\pm 6,9\%$ para los resultados globales.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

- b) En segundo lugar, para conocer el **comportamiento de compra y consumo** de la población objeto de estudio, diseñamos una segunda encuesta dirigida tanto a residentes como visitantes (turistas y excursionistas) en los días de celebración de la Semana Santa de la ciudad.

*Tabla 2. Ficha técnica para la recopilación de información sobre el comportamiento del visitante a la Semana Santa de Málaga*

<b>Ámbito geográfico</b>	Málaga capital. Distrito Centro Histórico
<b>Puntos muestrales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alameda Principal/ Paseo del Parque.</li> <li>• Plaza del Obispo/ Plaza Uncibay/ Plaza de la Merced.</li> <li>• Calle Larios/ Plaza de la Constitución/ Tribuna de los Pobres.</li> </ul>
<b>Ámbito temporal</b>	Del 25 de marzo al 1 de abril de 2018. Durante la celebración de la Semana Santa de Málaga.
<b>Universo</b>	Población mayor de edad que acude a la Semana Santa de Málaga capital (residentes, turistas y excursionistas).
<b>Enfoque</b>	Descriptivo

<b>Método</b>	Entrevista personal, estructurada, con preguntas abiertas y cerradas.
<b>Procedimiento de muestreo</b>	Muestreo por ruta aleatoria, estratificado por tipología de visitante (turista, excursionista y residente) y días de mayor afluencia de asistentes a la Semana Santa.
<b>Tamaño de la muestra</b>	629
<b>Representatividad de la muestra</b>	Considerando una población infinita y condiciones de muestreo más desfavorables ( $p = q = 0,5$ ). Definido un intervalo de confianza del 95% ( $Z = 1,96$ ), se asume un error de muestreo del $\pm 3,9\%$ para los resultados globales, en el supuesto de muestreo aleatorio simple.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Tras la finalización de ambos trabajos de campo, dimos inicio a la tercera fase metodológica del estudio, con el fin de validar los datos obtenidos, analizarlos e interpretarlos de cara a dar respuestas a los objetivos de la investigación.

### 3.3. VALIDACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Tras la finalización de la Semana Santa y la recogida de datos primarios, fue necesario reconstruir los datos obtenidos a través de diferentes fuentes secundarias para contemplar la máxima actualización posible del estudio.

Después de ello, iniciamos el proceso de validación y análisis de los datos. En suma, podemos destacar diferentes métodos y técnicas de análisis que han sido, en su mayoría, realizados con la herramienta IBM SPSS (*Statistical Package for Social Science*), en su versión número 25.

- Análisis univariante para la caracterización de los diferentes perfiles de consumidores de la Semana Santa.
- Análisis bivariante, basados en tablas de contingencia, para la determinación de diferencias significativas entre los diferentes perfiles.
- Análisis multivariante para responder a cuestiones específicas de la investigación.

A través de las diferentes técnicas señaladas, hemos podido determinar la siguiente información:

### *Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes a la Semana Santa de Málaga 2018*

- Características geográficas y demográficas de los consumidores de la Semana Santa de la ciudad de Málaga, así como las diferencias significativas entre las diferentes tipologías de demanda.
- Características comportamentales de la demanda (actividades realizadas, días de visita, número de visitas, productos contratados, etc.).
- Gasto total generado por la demanda de la Semana Santa de Málaga capital y el destino de este (asientos, restauración, compras, etc.).
- Imagen (principales atributos y características) y satisfacción del visitante con la Semana Santa de Málaga ciudad.

Así mismo, con el fin de determinar el impacto total del gasto generado por la demanda que acude a visitar la Semana Santa de Málaga y los efectos que ésta va a inducir al resto de sectores productivos, fue necesario construir un método de estimación basado en las Tablas Input-Output disponibles para Andalucía, publicadas por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. La estimación del impacto se ha realizado en dos fases:

- Definir la demanda. Es decir, concretar qué actividades económicas verán incrementada su demanda como consecuencia de los consumos efectuados por los visitantes a la Semana Santa.
- Estimación del impacto en la producción (total e inducido). Esto es, estimar la demanda generada por dichos consumos.

Una vez analizados e interpretados los resultados obtenidos, dio comienzo la última fase de esta investigación, consistente en la redacción del presente documento técnico.

### **3.4. REDACCIÓN DEL INFORME TÉCNICO**

Para la correcta interpretación de los resultados obtenidos con la investigación, el informe final se ha estructurado en diez capítulos diferentes. A saber:

- 1) **Introducción:** sintetiza el entorno en el que se enmarca la investigación, así como la importancia de realizar este trabajo.

- 2) **Objetivos:** concretiza tanto el objetivo final del estudio como los retos específicos a lograr para la consecución del primero.
- 3) **Metodología:** resume las diferentes fases metodológicas desarrolladas en el estudio, así como los enfoques planteados y las técnicas de análisis utilizadas.
- 4) **Perfil del residente de la capital que acude a la Semana Santa:** detalla las principales características del residente en la ciudad de Málaga que acude a ver la Semana Santa.
- 5) **Perfil del turista de la capital que acude a la Semana Santa:** describe las principales características del turista en la ciudad de Málaga que acude a ver la Semana Santa.
- 6) **Perfil del excursionista de la capital que acude a la Semana Santa:** relata las principales características del excursionista en la ciudad de Málaga que acude a ver la Semana Santa.
- 7) **Estática comparativa de las diferentes tipologías de visitantes:** compara los rasgos de los turistas, excursionistas y residentes con el fin de determinar diferencias significativas entre ellos. Tanto en sus características sociodemográficas como comportamentales.
- 8) **Cuantificación de la demanda total y del impacto económico:** estima el volumen total de visitantes a la Semana Santa de la ciudad y determina el impacto adicional generado en los diferentes sectores económicos por acudir a ver la Semana Santa de la ciudad de Málaga.
- 9) **Conclusiones:** destaca las principales aportaciones logradas por este estudio.
- 10) **Bibliografía:** lista todas las fuentes de información utilizadas para la elaboración de esta investigación.







Perfil del residente que acude a la Semana Santa



#### 4.- PERFIL DEL RESIDENTE QUE ACUDE A LA SEMANA SANTA

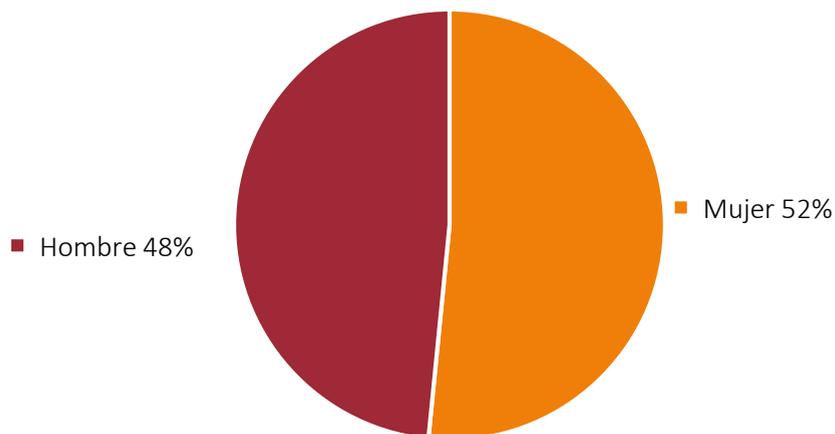
En este apartado nos aproximaremos al perfil y hábitos del primer y más numeroso grupo de público, los residentes, e intentaremos describir el perfil demográfico, sus hábitos de visita con relación a la Semana Santa, su grado de implicación en la misma y sus hábitos de gasto y/o consumo con motivo de ella. El nivel de gasto desde el punto de vista cuantitativo será tratado en el apartado de impacto económico.

##### Perfil sociodemográfico

##### Género

De acuerdo a los resultados de esta investigación, se observa que entre el público malagueño que acudió a la Semana Santa 2018 predomina el género femenino (52%) al masculino (48%).

*Ilustración 1. Segmentación del residente, espectador de la Semana Santa, por el criterio género.*

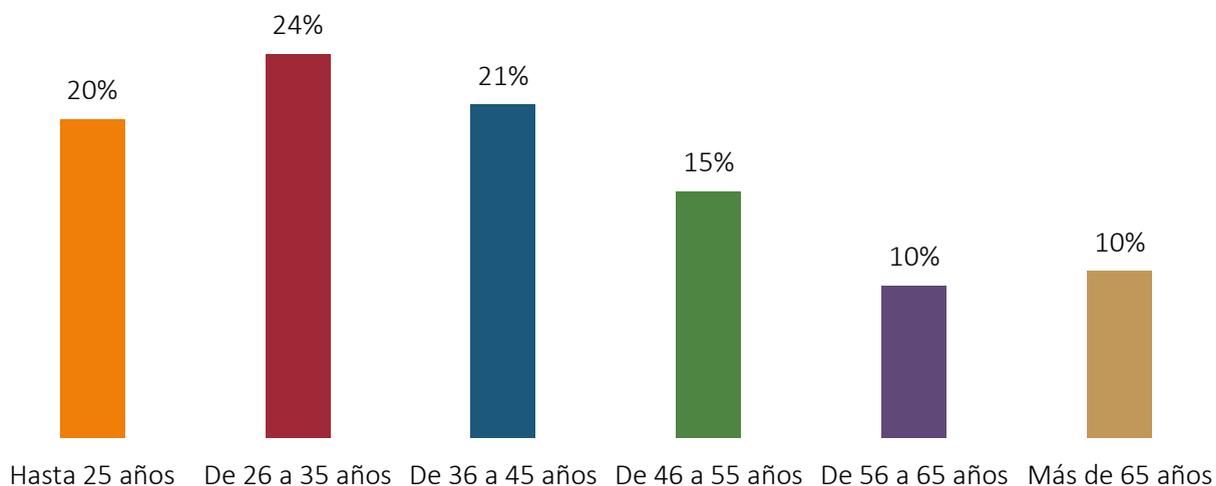


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Edad

Con respecto a la edad de los residentes en la ciudad, podemos concluir que más de cuatro de cada diez son menores de 35 años (44%). Destaca como intervalo más representativo aquel que va de 26 a 35 años (24%), seguido de los más jóvenes (Hasta 25 años; 20%). Siendo los tramos de edades mayores los menos representativos, por parte de los residentes, durante la Semana Santa. Esta distribución sitúa la **edad media** de los residentes que acuden a la Semana Santa en los **38,9 años**.

*Ilustración 2. Segmentación del residente, espectador de la Semana Santa, por el criterio edad.*



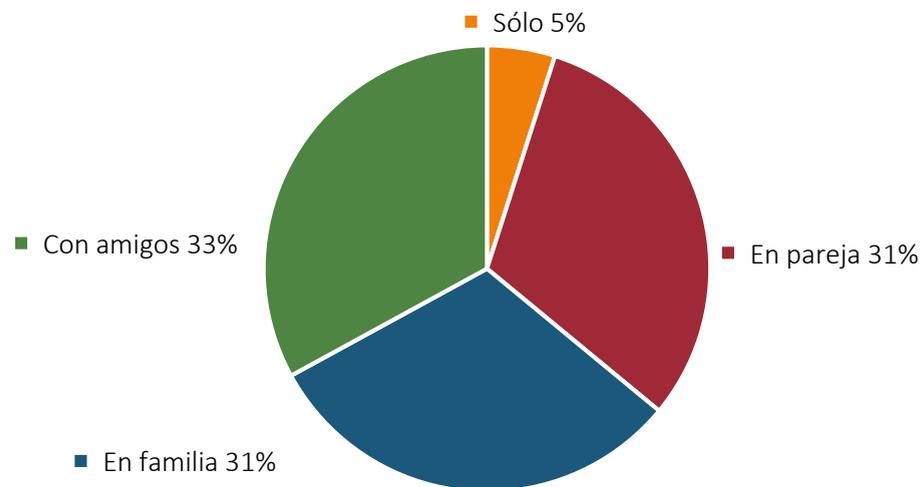
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Hábitos de consumo

### Tipo de visita

También podemos destacar que el público realiza las visitas a la Semana Santa, generalmente, acompañado. Así, más de nueve de cada diez de los residentes malagueños acostumbran a ver las salidas procesionales con amigos (33%), seguidos de los que acuden a verlas en familia (31%) o en pareja (31%). De manera secundaria, el 5% de los encuestados dice acudir solo a ver los desfiles procesionales.

*Ilustración 3. Segmentación del residente, espectador de la Semana Santa, por el criterio tipo de visita.*



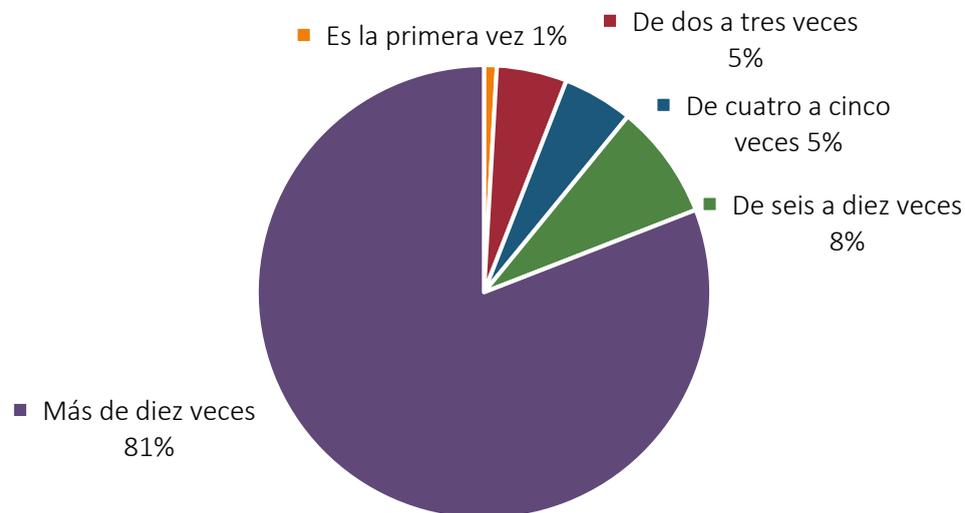
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Número de visitas

La fuerte fidelidad de los residentes de nuestra ciudad con la Semana Santa queda reflejada claramente en la alta tasa de repetición de sus visitas. Así, ocho de cada diez manifiestan haber acudido a las procesiones en más de 10 ocasiones (81%).

A éstos, les siguen aquellos que manifiestan haber visitado la Semana Santa de seis a diez veces (8%); por tanto, de manera acumulada, casi nueve de cada diez de los residentes que visitan los desfiles procesionales lo ha hecho en más de seis ocasiones.

*Ilustración 4. Segmentación del residente, espectador de la Semana Santa, por el criterio número de visitas.*



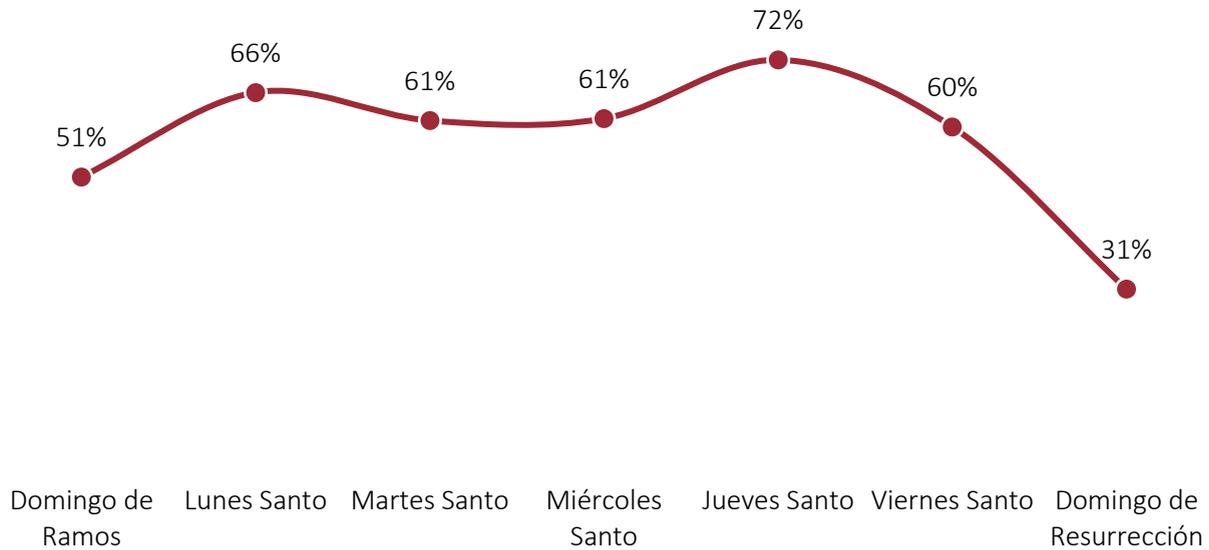
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

### Días de las visitas

Otro indicador de la fidelidad del residente es el número de días o de veces que acude a ver los desfiles. Así, en 2018 y por término medio, **los malagueños visitaron la Semana Santa durante 4,3 días**. A pesar de ello, no todos los días concentran el mismo número de visitas.

Así, se concluye que, en mayor medida, los residentes acuden a la Semana Santa, el Jueves Santo (72%) y el Lunes Santo (66%). A estos días les siguen, por orden: Martes Santo (61%), Miércoles Santo (61%), Viernes Santo (60%), Domingo de Ramos (51%) y Domingo de Resurrección (31%).

*Ilustración 5. Segmentación del residente, espectador de la Semana Santa, por el criterio días de las visitas.*

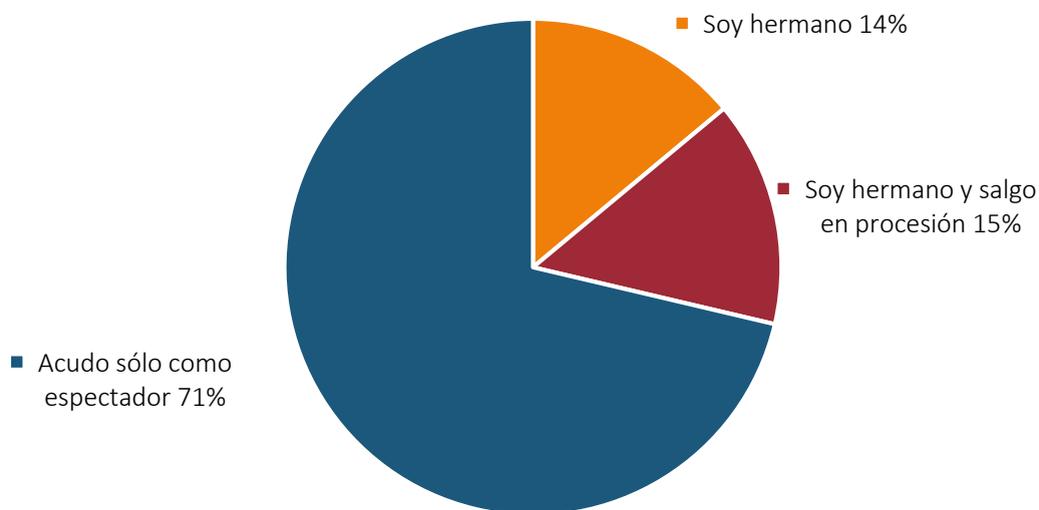


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Vinculación con la Semana Santa

Además de conocer los hábitos de visitas de los residentes, nos pareció interesante profundizar en su vinculación con la Semana Santa. De esta manera, en 2018, podemos concluir que el 71% de los residentes que acuden a la Semana Santa lo hace sólo en calidad de espectador. En cambio, el 15% es hermano de una cofradía y sale en procesiones y el 14% participa es hermano cofrade pero acude sólo como espectador.

*Ilustración 6. Segmentación del residente, espectador de la Semana Santa, por el criterio vinculación con la Semana Santa.*

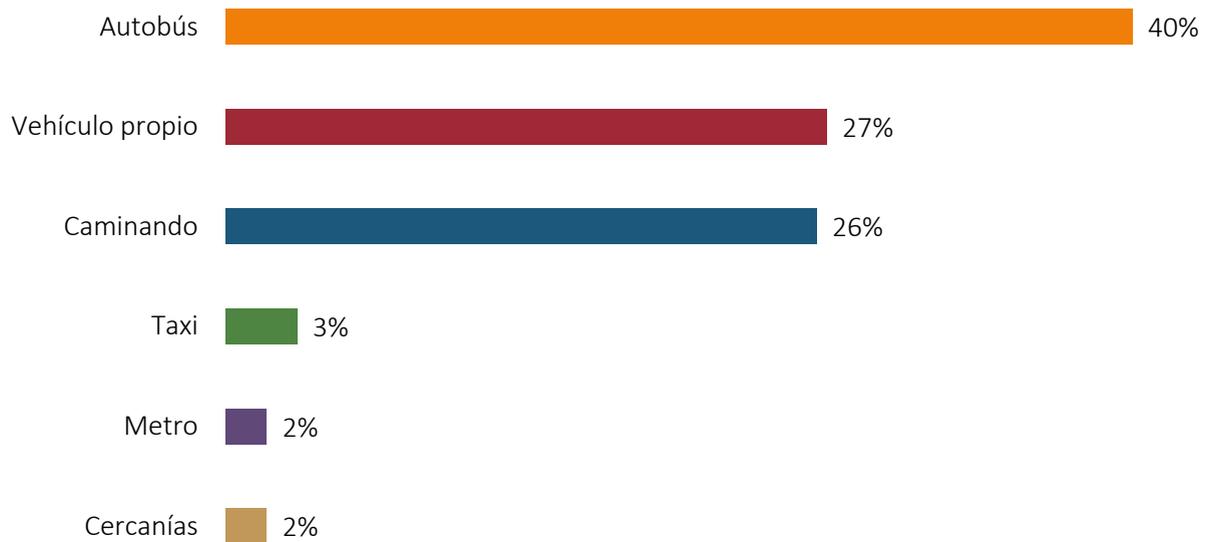


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

### Medio de transporte

El medio de transporte más utilizado por los residentes para acudir al centro de la ciudad para ver las salidas procesionales es el autobús (40%). En segundo lugar, destaca el uso del vehículo propio (27%), suponiendo los que acuden caminando el 26% de los residentes que acuden a la Semana Santa.

*Ilustración 7. Segmentación del residente, visitante de la Semana Santa, por el criterio medio de transporte.*

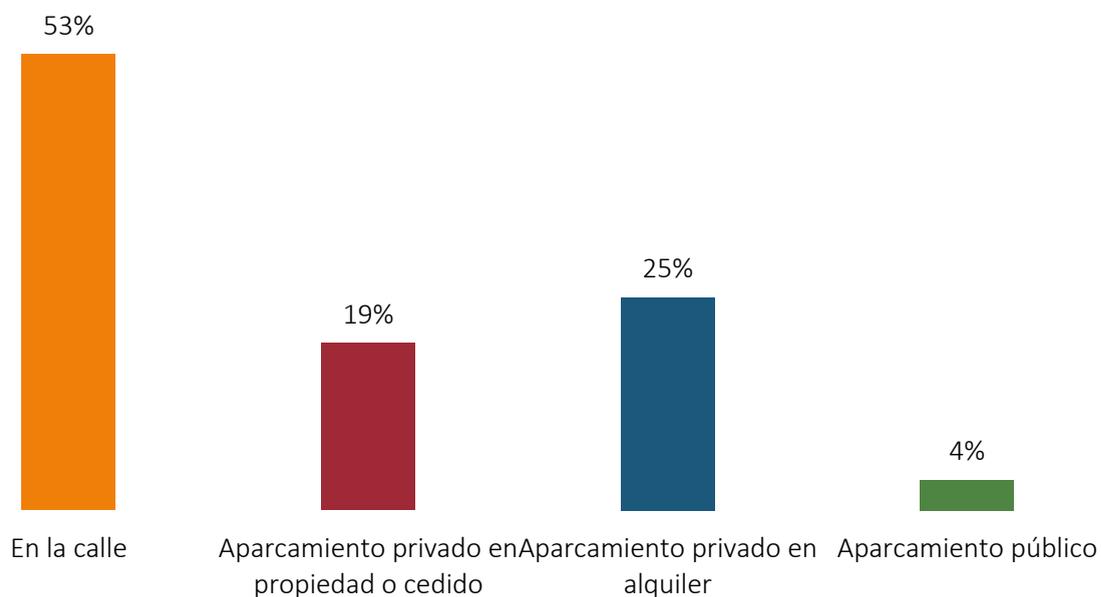


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Tipo de aparcamiento utilizado

De la cuota de residentes que acuden con su vehículo propio, más de la mitad (53%) estaciona su vehículo en la calle, mientras que un 25% lo hace en aparcamientos privados en alquiler. El porcentaje de residentes que hace uso de los aparcamientos privados (bien en propiedad o bien cedidos) es del 19%, mientras que el 4% utiliza los aparcamientos públicos.

*Ilustración 8. Segmentación del residente, espectador de la Semana Santa, por el criterio tipo de aparcamiento utilizado.*



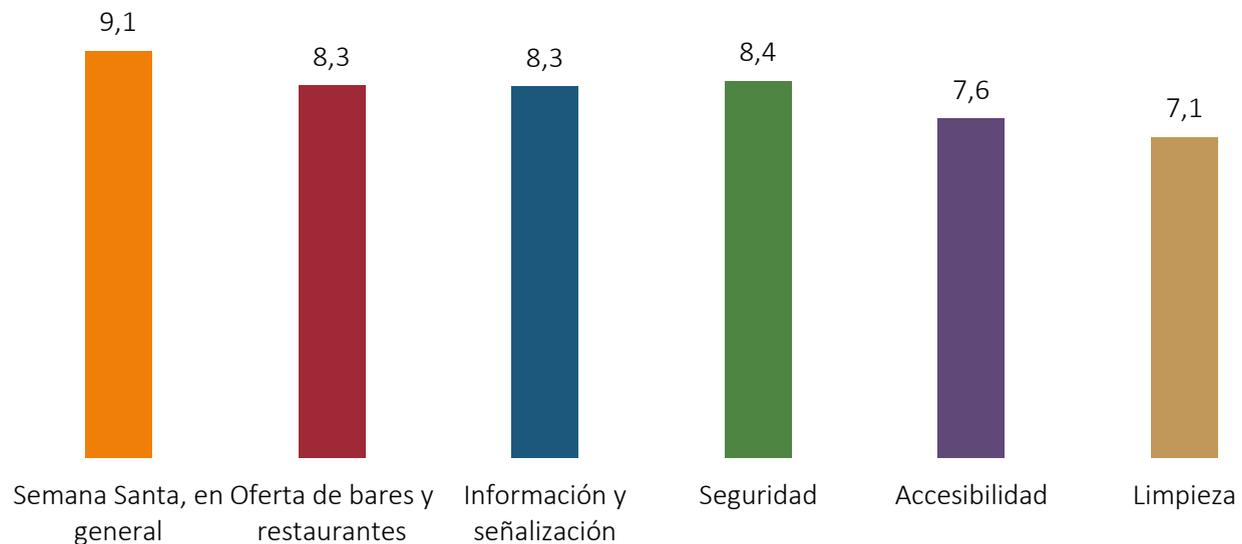
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Imagen y valoración de la Semana Santa

### Valoración

La valoración que otorgan los residentes a la Semana Santa en general se promedia en 9,1 puntos sobre 10. La característica más valorada es la seguridad durante su visita (8,4), seguido de otros aspectos, como: la información y la señalización (8,3) y la oferta de bares y restaurantes (8,3). Los aspectos menos satisfactorios, aunque con calificaciones altas, son la accesibilidad (7,6) y la limpieza (7,1).

Ilustración 9. Valoración media del residente a la Semana Santa.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Imagen

Los residentes de la ciudad de Málaga que acuden a visitar las procesiones de la Semana Santa asocian, en mayor medida, esta festividad con **la tradición, las cofradías y la religiosidad.**

*Ilustración 10. Atributos con los que los residentes asocian la Semana Santa.*



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.



Perfil del turista que acude a la Semana Santa





## 5.- PERFIL DEL TURISTA QUE ACUDE A LA SEMANA SANTA

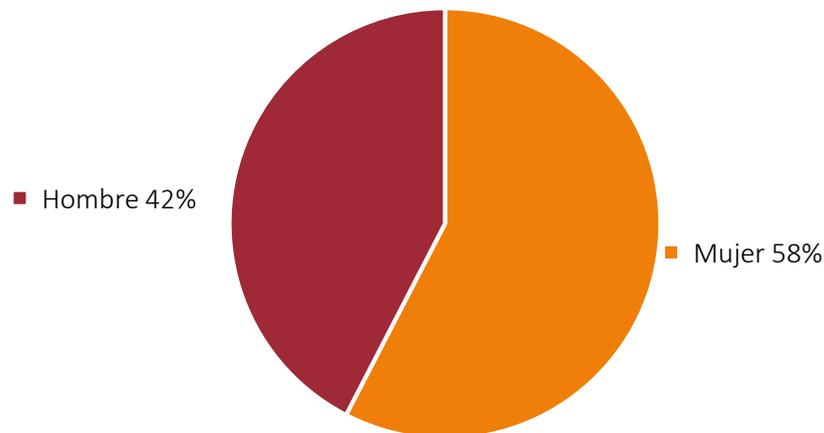
Este segundo grupo que, según nuestro estudio, ha supuesto en este año el 5,1% de los visitantes hace referencia a la población que manifiesta haber acudido a nuestra ciudad de manera específica con la motivación principal de conocer la Semana Santa de Málaga. Es habitual observar en los medios de comunicación cifras muy elevadas de turistas durante la Semana Santa. Pero es importante diferenciar el turista que viaja en Semana Santa, dado que se trata de un periodo “vacacional” y por tanto de temporada alta turística, del que acude para ver la Semana Santa. En este estudio nos hemos centrado de manera específica en ese segundo grupo de turistas.

### Perfil sociodemográfico

#### Género

A pesar de las ligeras diferencias, podría considerarse que la Semana Santa malagueña resulta de mayor atractivo para los turistas de género femenino (58%) frente a los de género masculino (42%).

*Ilustración 11. Segmentación del turista, espectador de la Semana Santa, por el criterio género.*



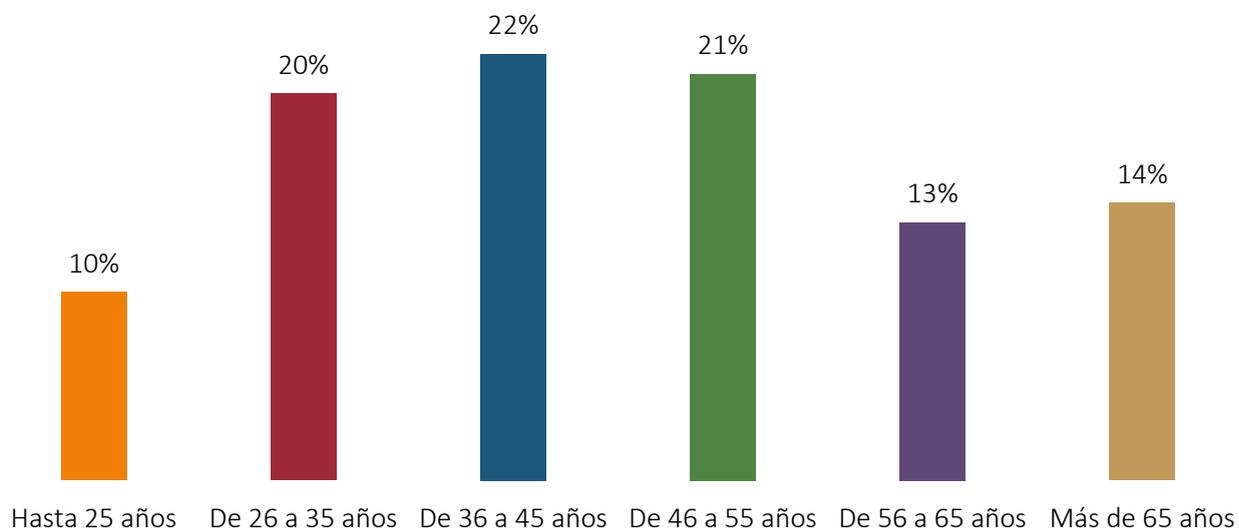
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Edad

Al igual que sucede con los residentes, puede afirmarse que una importante cuota de los turistas que visitan la ciudad durante la Semana Santa tiene hasta 35 años (30%). No obstante, se puede igualmente afirmar que más de siete de cada diez de estos turistas tienen hasta 55 años; siendo los de más edad, los turistas menos representativos durante la celebración de esta festividad.

Esta distribución de la edad sitúa el promedio en los 44,9 años; superior a la del visitante residente en la ciudad.

*Ilustración 12. Segmentación del turista, espectador de la Semana Santa, por el criterio edad.*

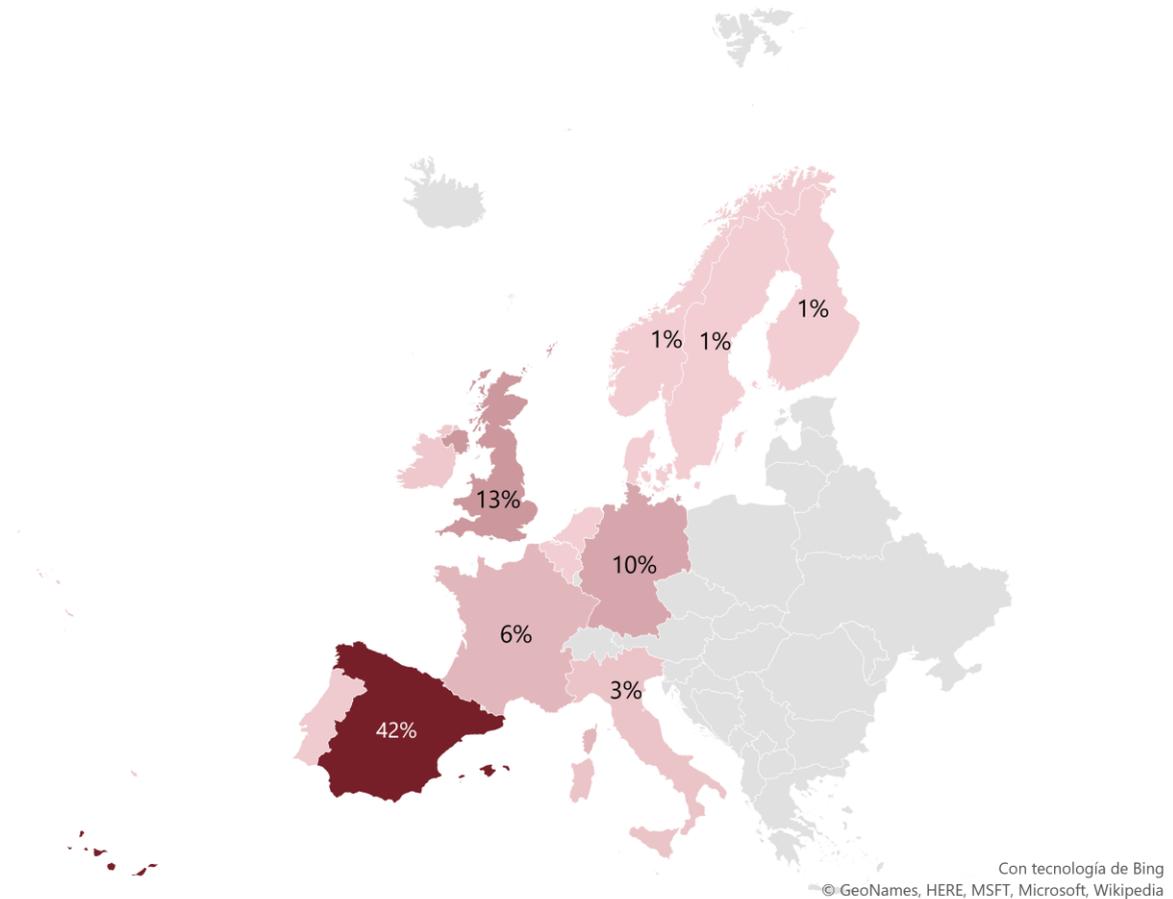


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

### País de origen

Con respecto al país de origen, se puede concluir que la Semana Santa de la ciudad atrae principalmente a turistas del mercado nacional (cuatro de cada diez de los turistas que visitan la ciudad residen en España; 42%). La cuota restante de turistas procede de mercados internacionales, entre los que destacan el Reino Unido (13%), Alemania (10%) y Francia (6%).

*Ilustración 13. Segmentación del turista, espectador de la Semana Santa, por el criterio país de origen.*



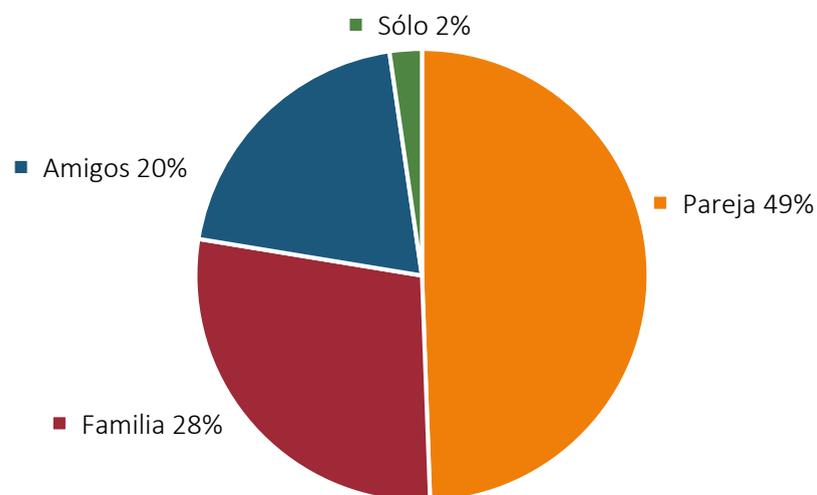
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Hábitos de consumo

### Tipo de visita

En mayor medida, los turistas que acuden a conocer la Semana Santa malagueña lo hacen en pareja (49%), seguidos de los que lo hacen en familia (28%) o con amigos (20%). Aquellos que visitan la Semana Santa solos suponen un 2% del total.

*Ilustración 14. Segmentación del turista, espectador de la Semana Santa, por el criterio tipo de visita.*



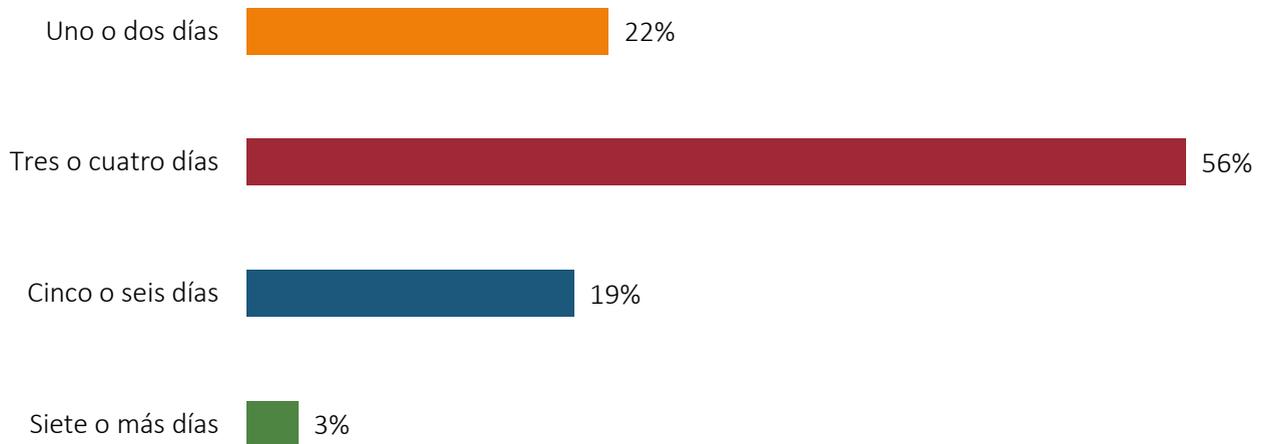
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

### Duración de la visita

La **estancia media** del turista en la ciudad de Málaga se sitúa en **4,3 días**; aunque de éstos, solamente **acuden a ver procesiones 2,4 días**, por término medio.

Hay que destacar que más de la mitad de los turistas (56%) prolonga su estancia en la ciudad entre tres y cuatro días y que el siguiente intervalo más representativo es el de los que se quedan sólo de uno a dos días (22%). Por último, es reseñable que el grupo de turistas de estancias entre cinco y seis días (19%).

*Ilustración 15. Segmentación del turista, espectador de la Semana Santa, por el criterio duración de la visita.*



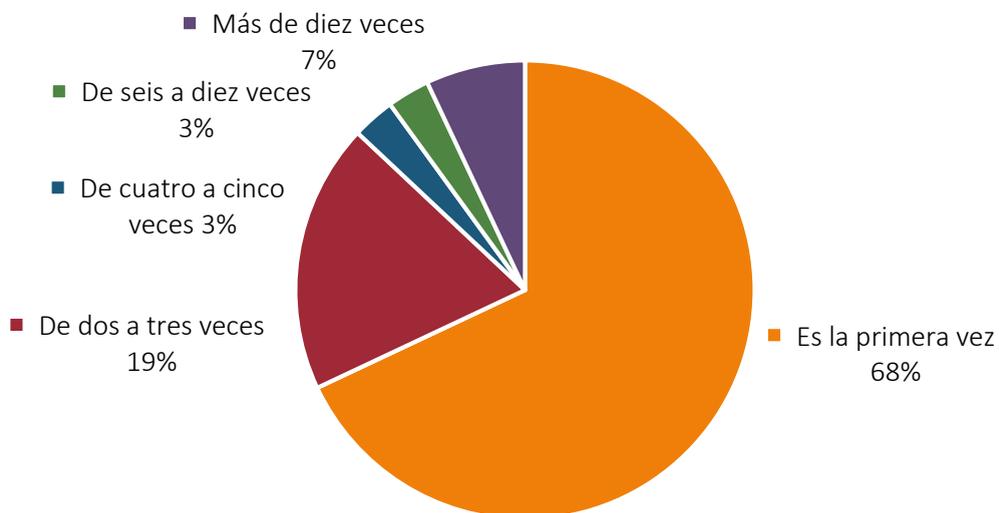
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Número de visitas

Aunque más de dos tercios de los turistas que visitan la Semana Santa (68%) lo hicieron por primera vez en su edición de 2018, existe una importante cuota de turistas que repiten su experiencia con los desfiles procesionales. Así, el 32% manifiesta haber acudido a la Semana Santa de Málaga en más de una ocasión.

En concreto, para el 19%, en 2018 fue entre su segunda o tercera visita a la Semana Santa malagueña, para el 3% fue entre su cuarta o quinta visita, misma cuota que para los que afirmaron que fue entre su quinta y sexta visita y, finalmente, para el 7% restante, con esta última visita, superaba las diez veces.

Ilustración 16. Segmentación del turista, espectador de la Semana Santa, por el criterio número de visitas.



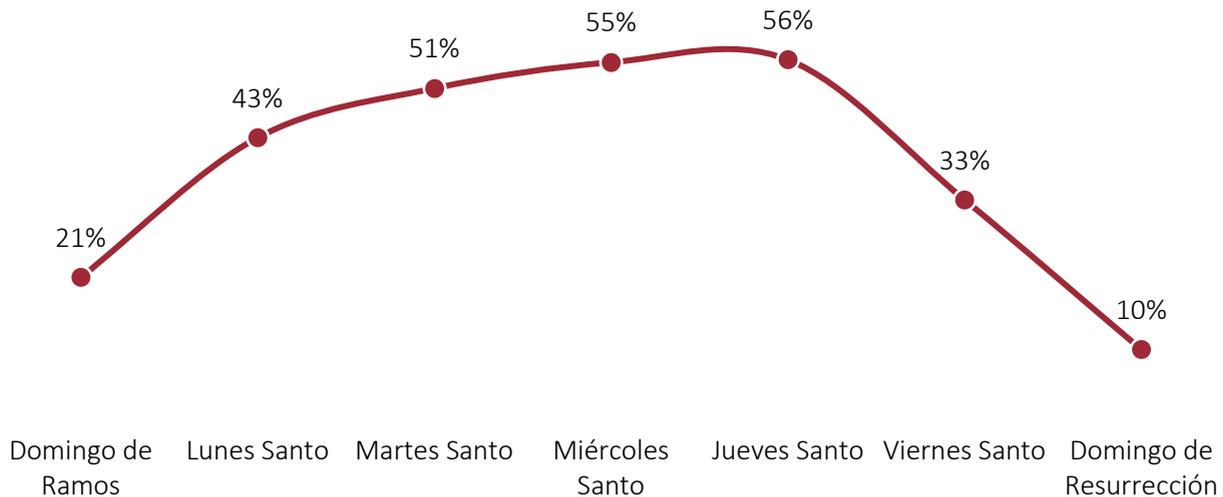
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

### Días de las visitas

La distribución de las visitas de los turistas para ver los desfiles procesionales no es homogénea entre todos los días en los que se celebra la Semana Santa. Así, el 56% de los turistas que visitan la Semana Santa manifiestan que han visto procesiones o tienen intención de hacerlo durante el Jueves Santo; siendo éste similar al porcentaje obtenido para el Miércoles Santo (55%). A éstos les siguen el 51% para el Martes Santo y el 43% para el Lunes Santo.

En el resto de los días, los porcentajes descienden respecto a los anteriores, siendo del 33% para el Viernes Santo, del 21% para el Domingo de Ramos y del 10% para el Domingo de Resurrección.

*Ilustración 17. Segmentación del turista, espectador de la Semana Santa, por el criterio días de las visitas.*



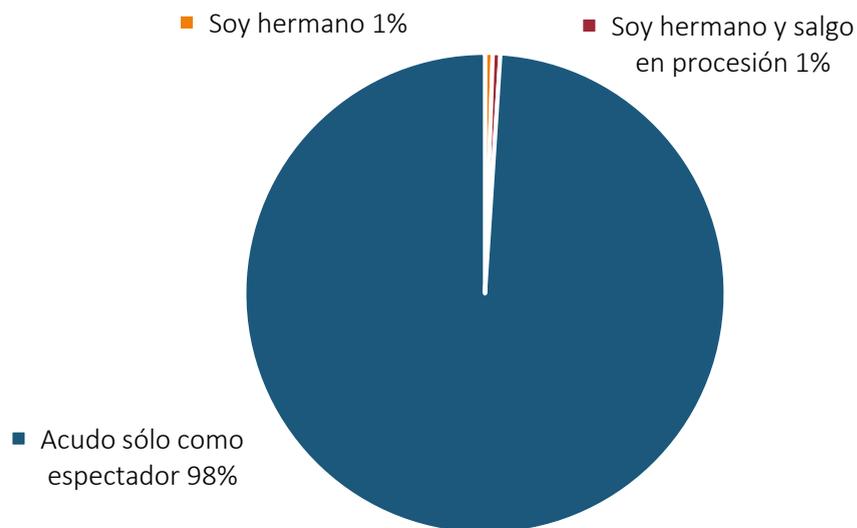
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

La hipótesis de partida se confirma en tanto a la mejorable vinculación del turista de la ciudad con la Semana Santa malagueña.

## Vinculación con la Semana Santa

Así, del total de turistas encuestados con intención de visitar la Semana Santa, el 98% respondió que acude sólo como espectador. Un 1% afirmó ser hermano cofrade y un 1% participó en alguna procesión en la capital de la provincia de Málaga.

*Ilustración 18. Segmentación del turista, espectador de la Semana Santa, por el criterio vinculación con la Semana Santa.*



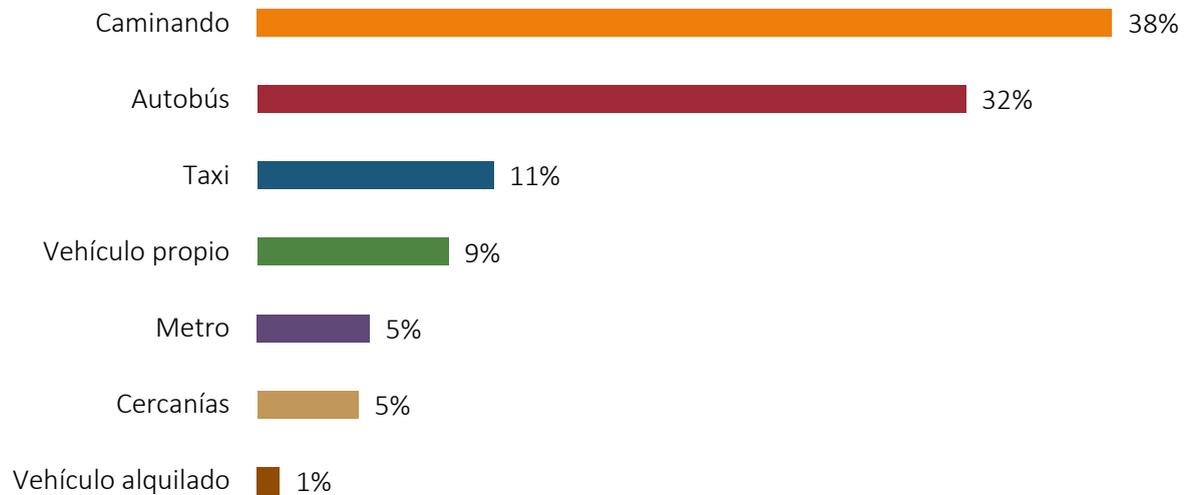
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

### Tipo de transporte

Los medios de transporte más utilizados por los turistas para llegar al centro de la ciudad son el autobús (32%) y el taxi (11%), aunque es importante destacar que la opción de respuesta más mencionada es la de que acuden a ver las procesiones caminando desde sus alojamientos (38%).

Otros transportes mencionados fueron: el vehículo propio (9%), el metro (5%) o el tren de cercanías (5%).

*Ilustración 19. Segmentación del turista, espectador de la Semana Santa, por el criterio tipo de transporte.*

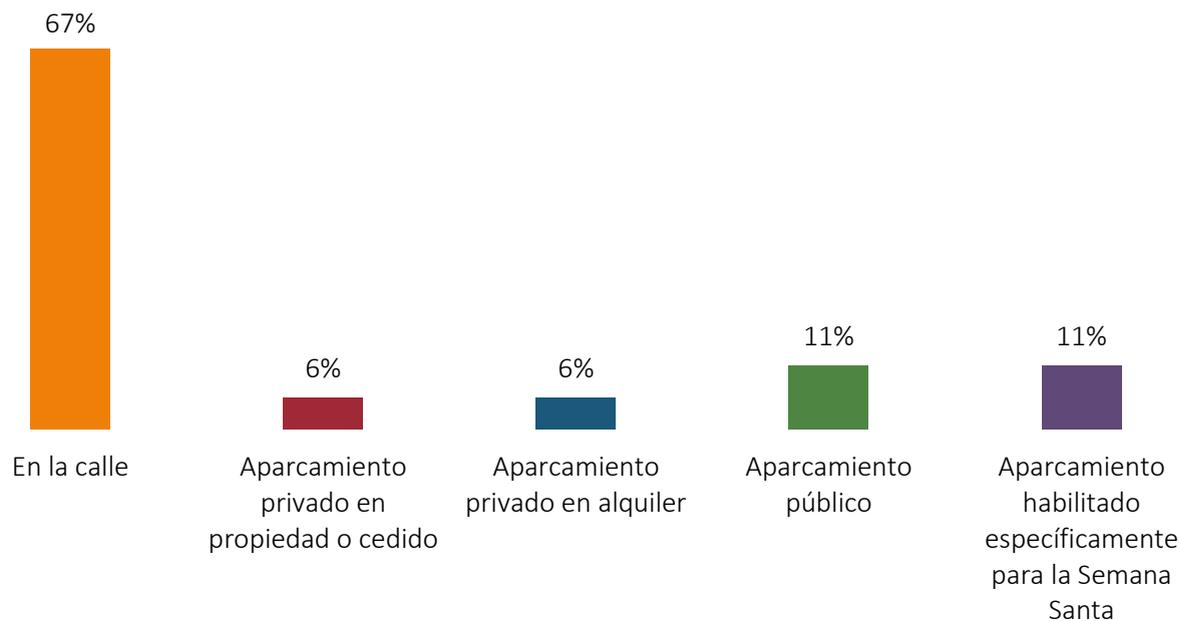


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Tipo de aparcamiento utilizado

De los turistas que utilizan su propio vehículo para desplazarse al centro de la ciudad, dos de cada tres deciden estacionar en la calle (67%). A éstos le siguen aquellos que utilizan un aparcamiento público (11%) o bien un aparcamiento habilitado especialmente para la Semana Santa (11%).

*Ilustración 20. Segmentación del turista, espectador de la Semana Santa, por el criterio tipo de aparcamiento utilizado.*



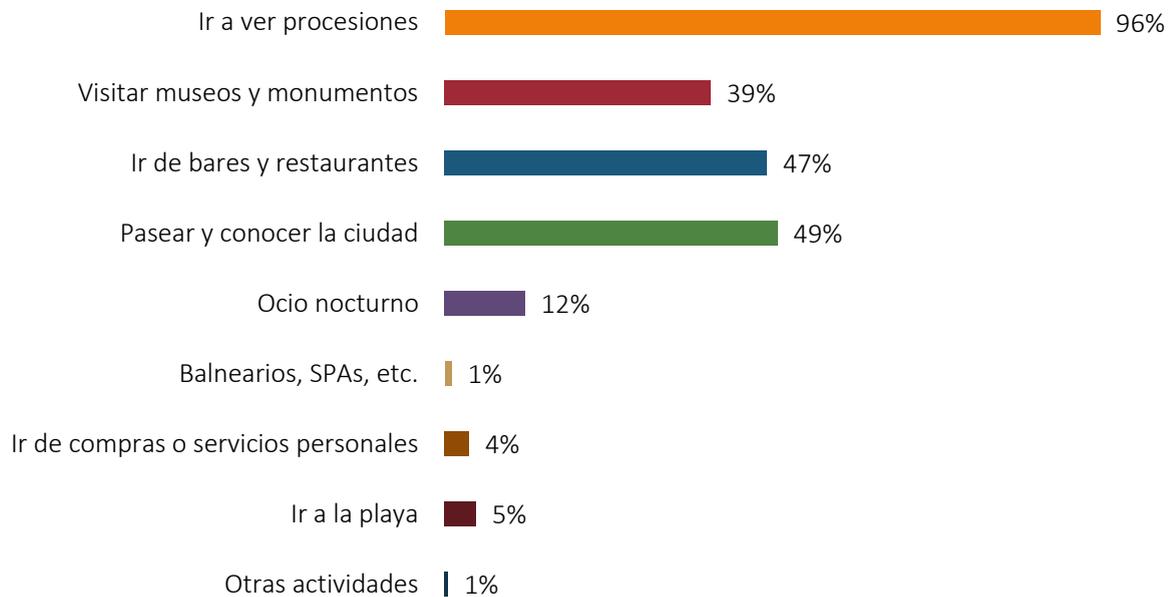
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

### Actividades complementarias realizadas

Sobre las actividades realizadas durante su visita a la Semana Santa, la práctica totalidad de los turistas afirmó asistir a ver las procesiones (96%). Además, casi la mitad afirmó ir a pasear para conocer la ciudad (49%) y probar la oferta de bares y restaurantes de la ciudad (47%); en cuarto lugar, casi cuatro de cada diez manifestaron haber visitado los museos o monumentos de Málaga (39%).

El ocio nocturno de la ciudad fue consumido por el 12% de los turistas, mientras que la opción de ir a la playa o ir de compras fue respondida por el 5% y el 4% respectivamente.

*Ilustración 21. Actividades complementarias más realizadas por el turista que visita la Semana Santa.*



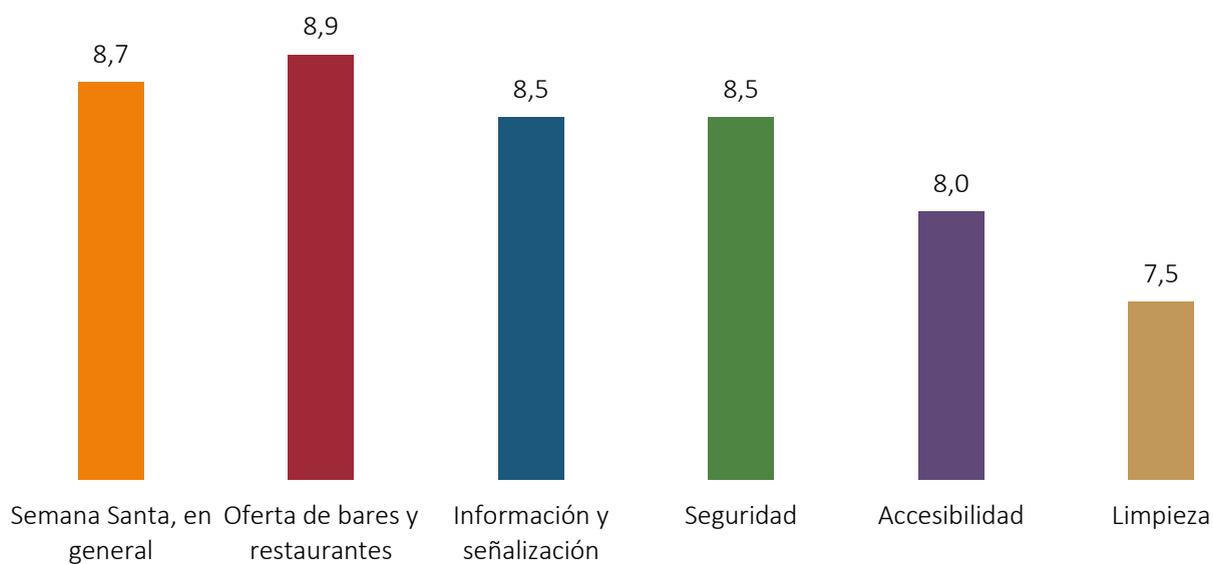
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Imagen y valoración

### Valoración

La satisfacción con la Semana Santa fue valorada por los turistas de Málaga, en términos generales, con 8,7 puntos sobre 10. Los aspectos más valorados fueron la oferta de bares y restaurantes (8,9 puntos), la información y señalización (8,5 puntos) y la seguridad (8,5 puntos).

*Ilustración 22. Valoración del turista, visitante de la Semana Santa.*



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

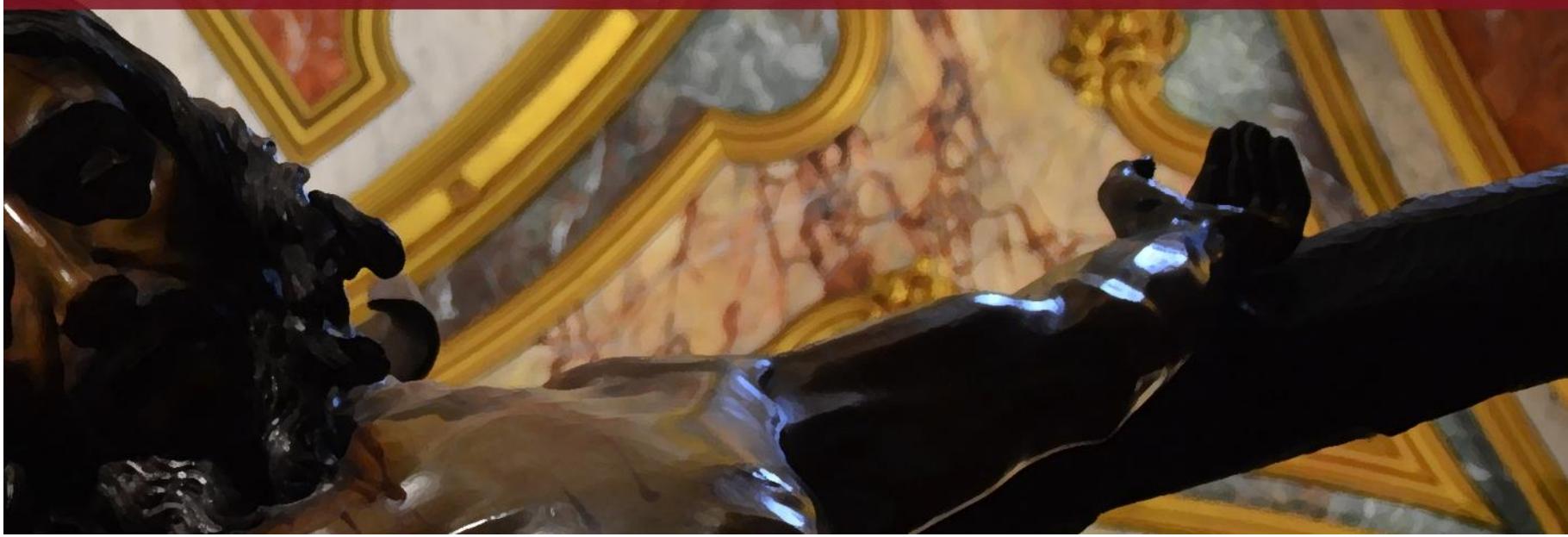
Por otro lado, los factores que repercutieron en menor medida a la satisfacción del turista fueron la accesibilidad (8 puntos) y la limpieza (7,5 puntos).







Perfil del excursionista que acude a la Semana Santa





## 6.- PERFIL DEL EXCURSIONISTA QUE ACUDE A LA SEMANA SANTA

Tal como ya indicamos en la introducción de este trabajo, técnicamente el excursionista hace referencia a aquel visitante que acude a la ciudad, pero no pernocta en la misma, sino que en el mismo día realiza su viaje de ida y vuelta entre el lugar de origen y el destino.

En este sentido, se trata de estudiar el comportamiento de aquellos visitantes que acuden a la Semana Santa pero que no residen habitualmente en Málaga ni en su área metropolitana, ni duermen en ningún alojamiento, ya sea turístico o de cualquier índole en esta ciudad.

En nuestro caso dentro de este colectivo, tal como ya se ha hecho constar, cabe diferenciar 3 tipos de excursionistas muy diferentes:

- De una parte, se encuentran los residentes habituales en distintos municipios de la provincia de Málaga, pero que por su cercanía o vinculación con la Semana Santa podrían haberse catalogado con un comportamiento muy similar al malagueño.
- En un segundo grupo nos encontramos con los turistas que pasan sus vacaciones en otros municipios, con motivaciones distintas, como por ejemplo la Costa del Sol, pero que dedican alguno de sus días de estancia para visitar la Semana Santa de Málaga.
- Y, por último, también se consideran excursionistas a aquellos visitantes que se desplazan específicamente a la ciudad de Málaga desde otras provincias con la motivación principal de contemplar los desfiles procesionales de Málaga. Nos referimos por ejemplo a los visitantes andaluces que organizan excursiones de un día a nuestra Semana Santa.

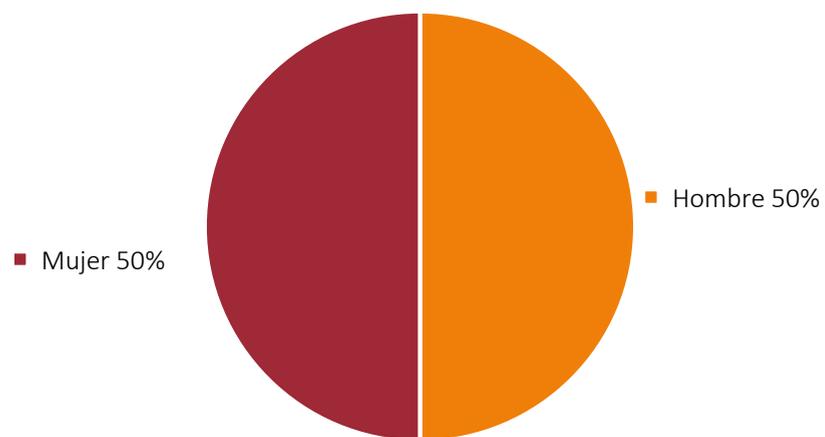
Analizaremos también para todos ellos de forma conjunta sus características demográficas, hábitos de consumo y/o comportamiento y grado de satisfacción.

## Perfil sociodemográfico

### Género

Por lo que se refiere al género, nos encontramos que entre los excursionistas que visitan la Semana Santa de Málaga los hombres (50%) presentan la misma cuota que las mujeres (50%).

*Ilustración 24. Segmentación del excursionista, espectador de la Semana Santa, por el criterio género.*



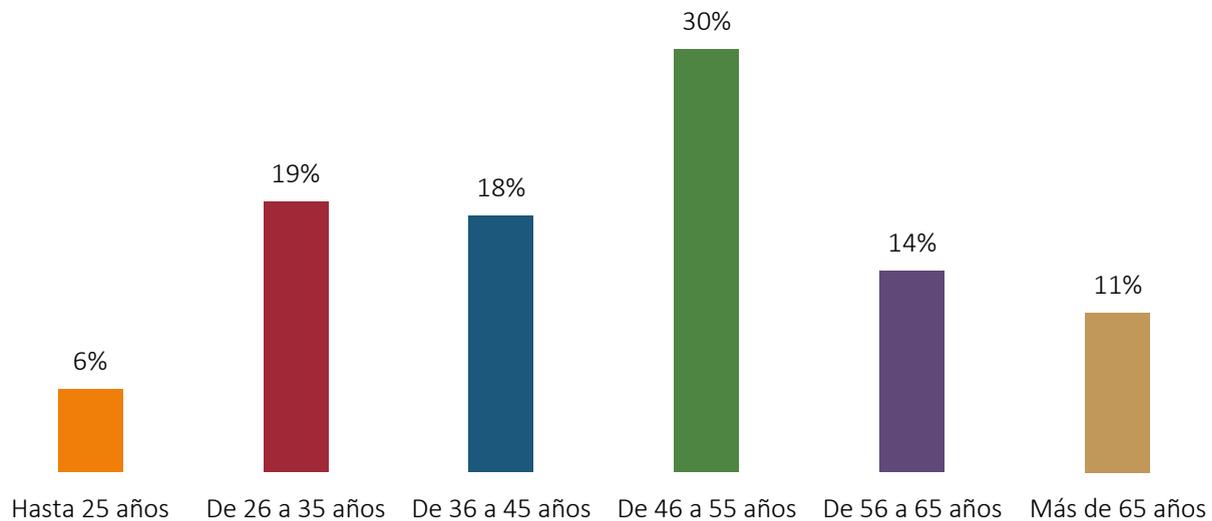
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Edad

Se observa una importante concentración del público de edad intermedia. Así, tres de cada diez de los excursionistas tienen de 46 a 55 años (30%). Esto hace que la **edad media del excursionista sea de 46,3 años**; superior a la de los otros segmentos turísticos analizados.

Los restantes tramos de edad se distribuyen de la siguiente manera: de 26 a 35 años (19%), de 36 a 45 años (18%) y de 56 a 65 años (14%).

*Ilustración 25. Segmentación del excursionista, visitante de la Semana Santa, por el criterio edad.*

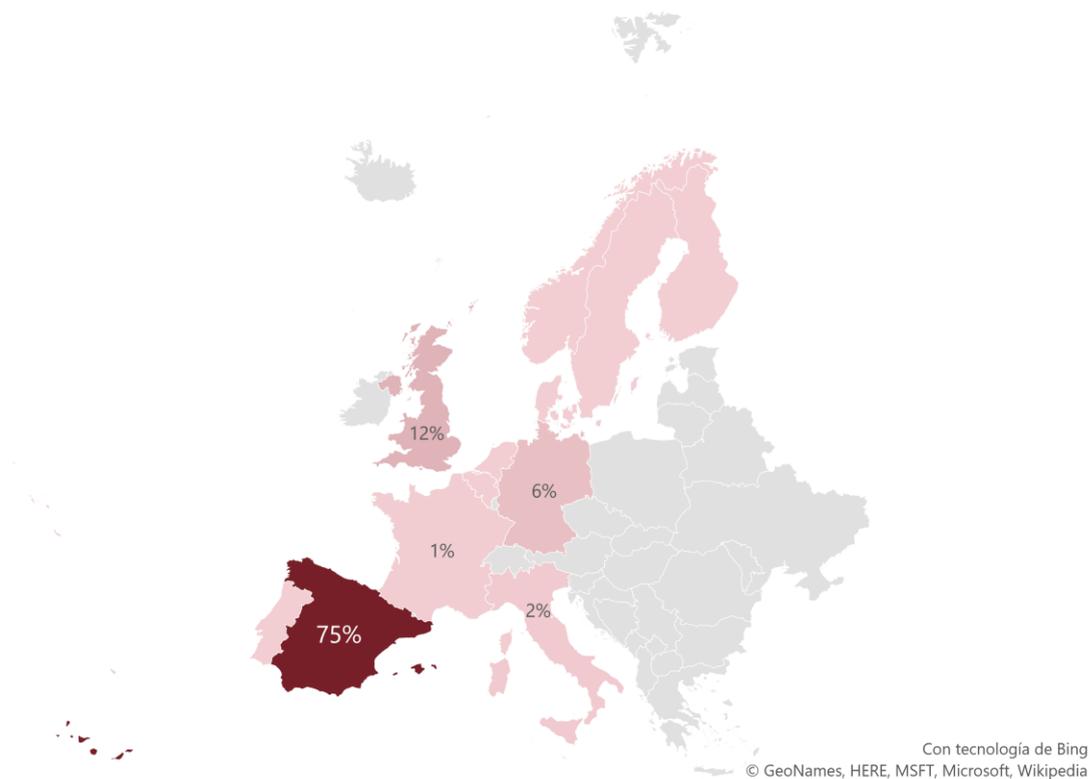


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## País de origen

Respecto al país de procedencia, más de tres de cada cuatro de los excursionistas que visitaron la ciudad de Málaga durante la Semana Santa de 2018, tenía nacionalidad española (75%). Entre las nacionalidades extranjeras destacan los procedentes del Reino Unido (12%) y Alemania (6%), sumando un 7% el resto de las nacionalidades de los excursionistas que acudieron a ver los desfiles procesionales de la capital.

*Ilustración 26. Segmentación del excursionista, espectador de la Semana Santa, por el criterio país de origen.*



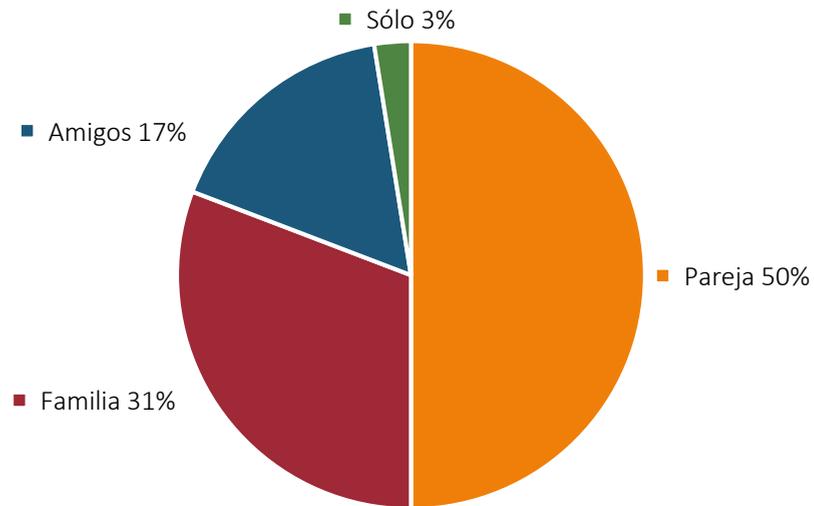
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Hábitos de consumo

### Tipo de visita

Visitar la Semana Santa de la ciudad de Málaga con la pareja es la opción preferida por parte de los excursionistas (50%), seguidos por aquellos que prefieren viajar en familia (31%) y aquellos otros que lo hacen con amigos (17%).

*Ilustración 27. Segmentación del excursionista, espectador de la Semana Santa, por el criterio tipo de visita.*



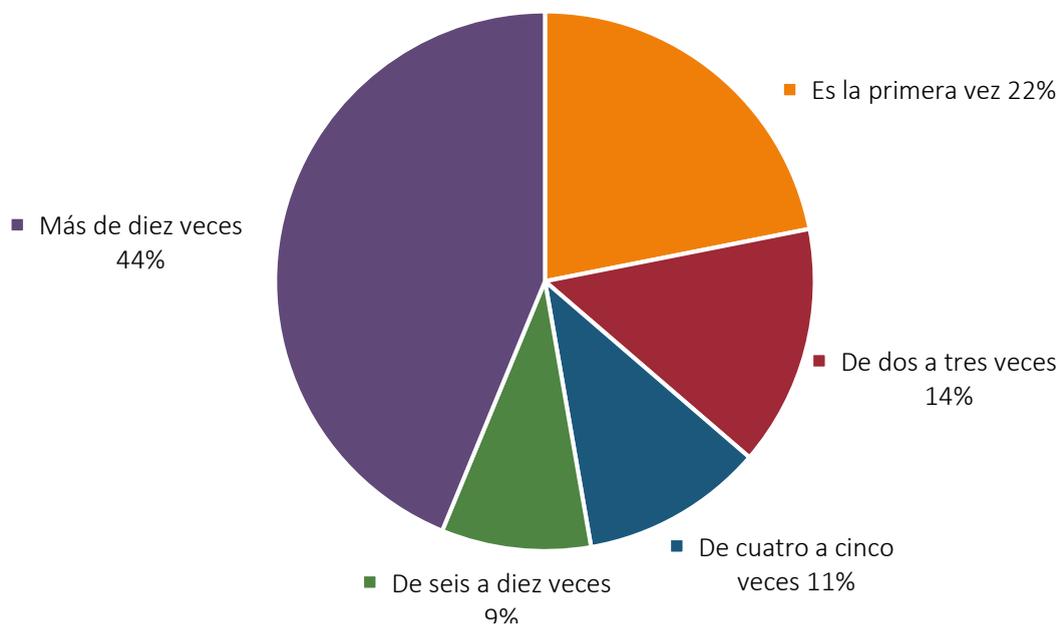
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Número de visitas

En relación al número de visitas, se observa que casi ocho de cada diez de los excursionistas que han visitado la Semana Santa en este año, ya lo habían hecho con anterioridad (78%).

El intervalo más representativo es el de aquellos que manifiestan haber visitado la Semana Santa en más de diez ocasiones (44%), seguidos de aquellos que lo han hecho por primera vez (22%).

*Ilustración 28. Segmentación del excursionista, espectador de la Semana Santa, por el criterio número de visitas.*



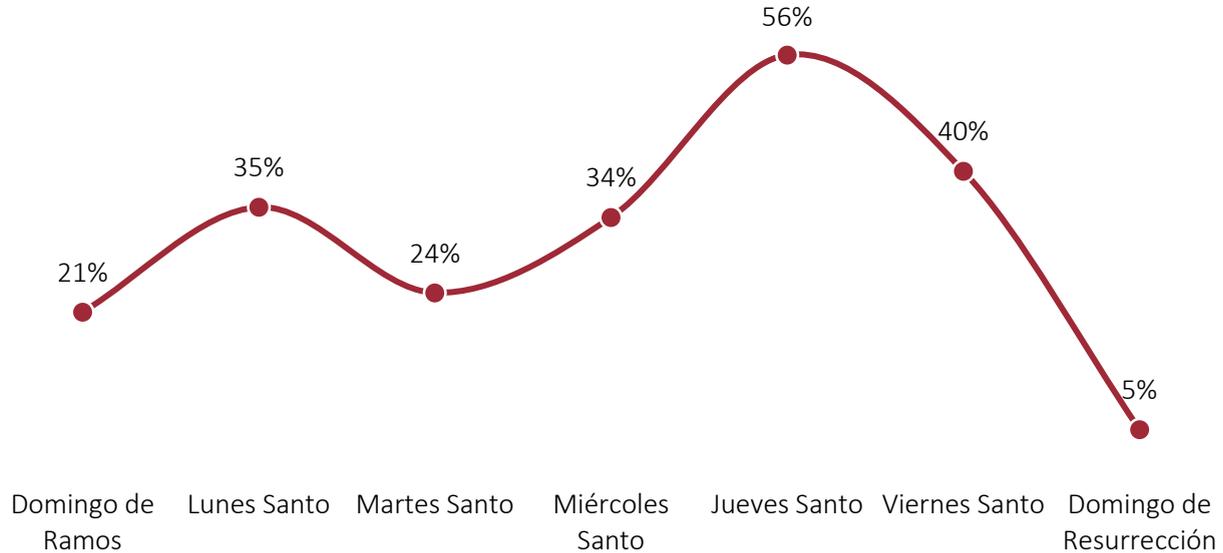
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

### Días de las visitas

Por término medio, **cada excursionista visita la Semana Santa de la ciudad en 1,5 ocasiones** en esta edición. A pesar de ello, la distribución de las visitas por días no es equitativa. Así, el Jueves Santo es el día que mayor concentración de excursionistas acumula (el 56% ha visitado la Semana Santa o tiene intención de hacerlo en ese día).

A este día le sigue el Viernes Santo (40%), día festivo nacional, y el Lunes Santo (35%) como los días que mayor interés despiertan entre los excursionistas de la ciudad de Málaga.

*Ilustración 29. Segmentación del excursionista, espectador de la Semana Santa, por el criterio días de las visitas.*

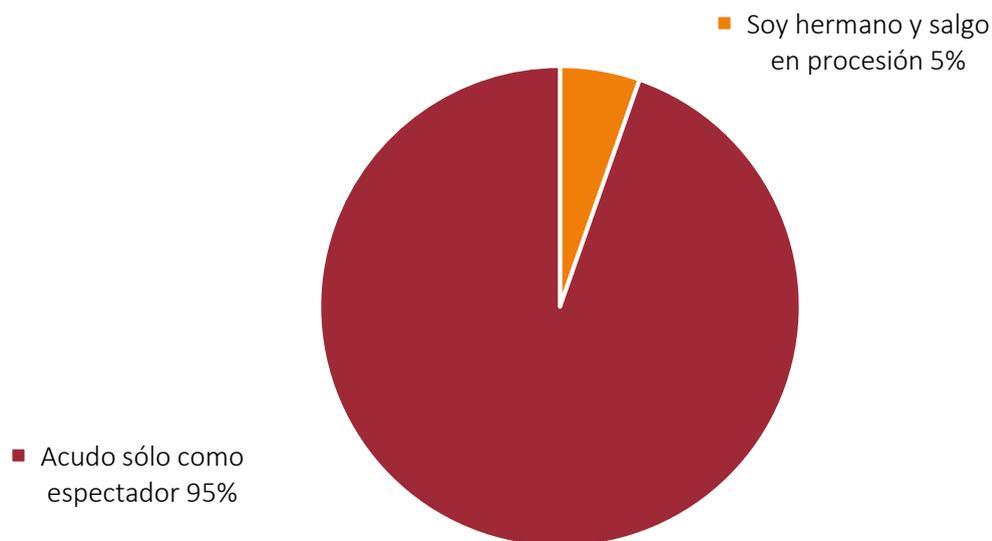


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

### Vinculación con la Semana Santa

De nuevo, la vinculación de los visitantes con la Semana Santa no es muy elevada. Más de nueve de cada diez de los excursionistas acuden a visitarla como meros espectadores (95%). De esta manera, la cuota de excursionistas que participan activamente en alguna procesión se sitúa en el 5%.

*Ilustración 30. Segmentación del excursionista, espectador de la Semana Santa, por el criterio vinculación con la Semana Santa.*

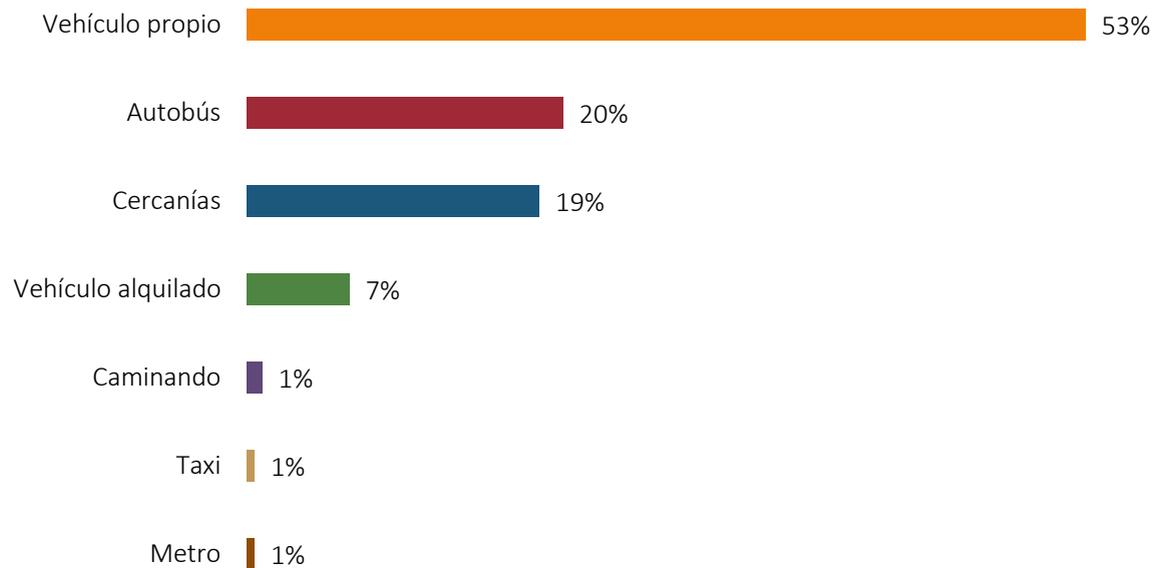


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Medio de transporte

En esta tipología de visitantes, el medio de transporte más utilizado es el vehículo propio (53%), seguido del autobús (20%). El tren de cercanías y el taxi también suponen cuotas significativas para este grupo (19% y 7% respectivamente), siendo el uso del resto de medios de transporte prácticamente residual.

*Ilustración 31. Segmentación del excursionista, espectador de la Semana Santa, por el criterio medio de transporte utilizado.*

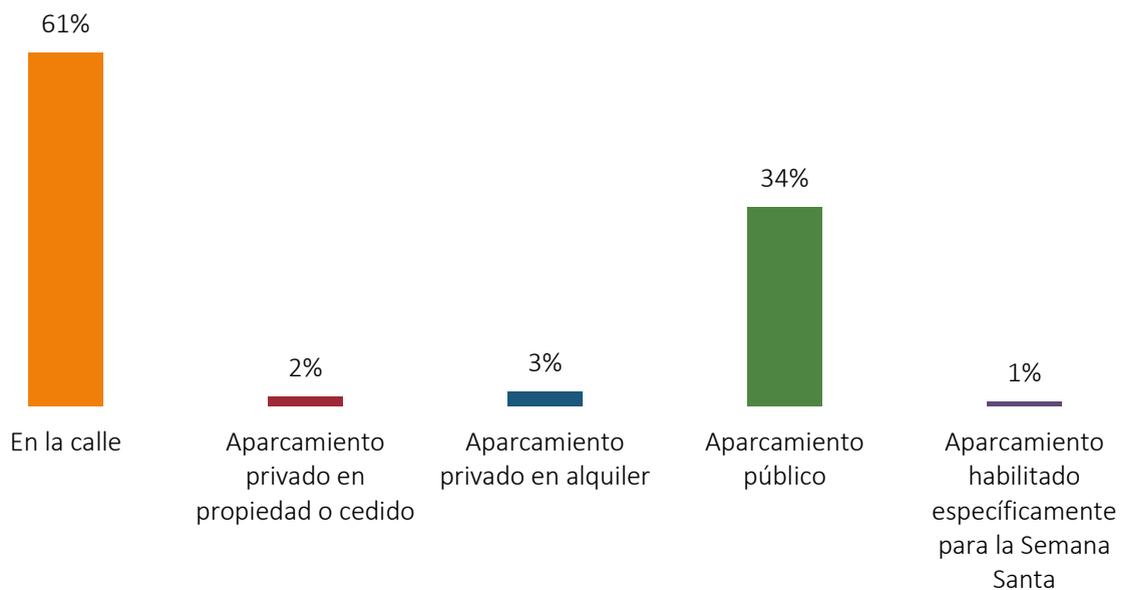


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Tipo de aparcamiento utilizado

Del total de excursionistas que llegan al centro de la ciudad en su vehículo propio, más de seis de cada diez (61%) estaciona en la calle, mientras que un 34% utiliza los aparcamientos públicos en la ciudad.

Ilustración 32. Segmentación del excursionista, visitante de la Semana Santa, por el criterio tipo de aparcamiento utilizado.

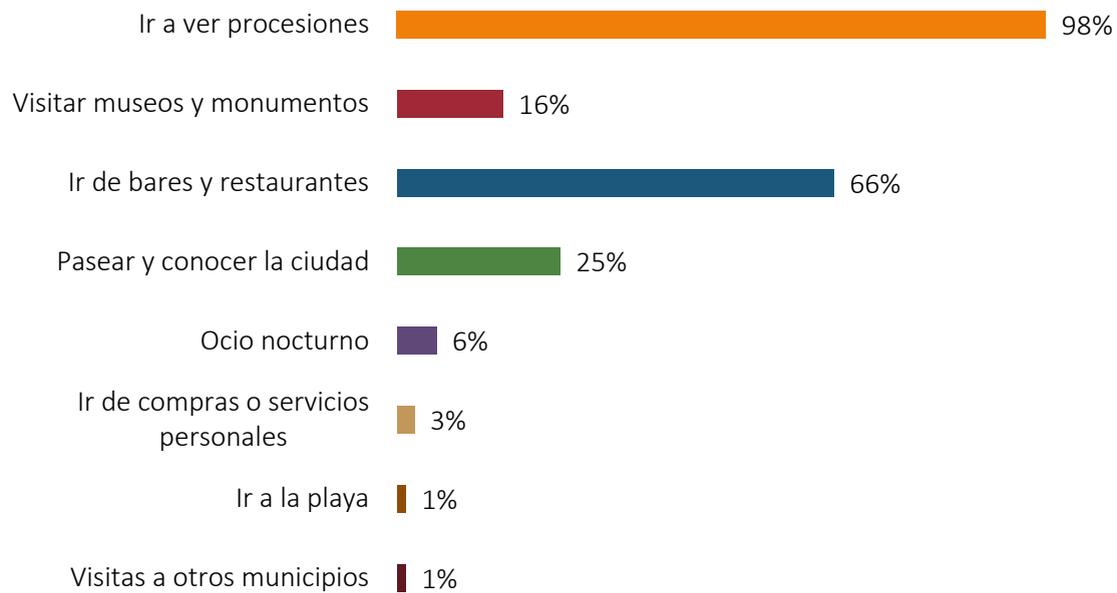


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

### Actividades complementarias realizadas

Además de ver las procesiones de la ciudad (el 98% de los excursionistas afirmaron haberlo hecho), acuden a los bares y restaurantes malagueños (66%) y pasean para conocer la ciudad (25%). Otras actividades bastante mencionadas fueron: visitar museos y/o monumentos (16%) y disfrutar del ocio nocturno (6%).

*Ilustración 33. Segmentación del excursionista, espectador de la Semana Santa, por el criterio actividades complementarias más realizadas.*



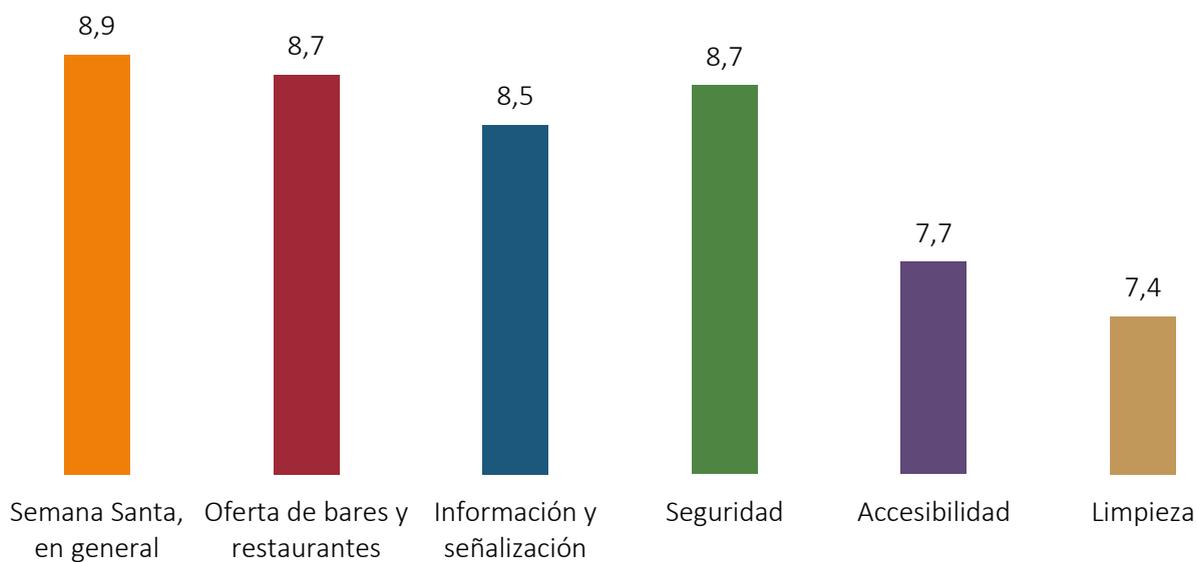
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Imagen y valoración

### Valoración

Los excursionistas que han visitado la Semana Santa de Málaga 2016 la valoran, en general, con 8,9 puntos sobre 10; siendo el aspecto mejor valorado por estos es la seguridad y la oferta de bares y restaurantes (8,7 puntos respectivamente). A éstos les siguen la información y señalización (8,5), la accesibilidad (7,7) y la limpieza (7,4).

*Ilustración 34. Segmentación del excursionista, visitante de la Semana Santa, por el criterio actividades complementarias más realizadas.*



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Imagen

Los residentes de la ciudad de Málaga que acuden a visitar las procesiones de la Semana Santa asocian, en mayor medida, esta festividad con **la religiosidad, la tradición y la pasión.**

*Ilustración 35. Atributos con los que los excursionistas asocian la Semana Santa.*



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.





Estática comparativa entre perfiles de visitantes



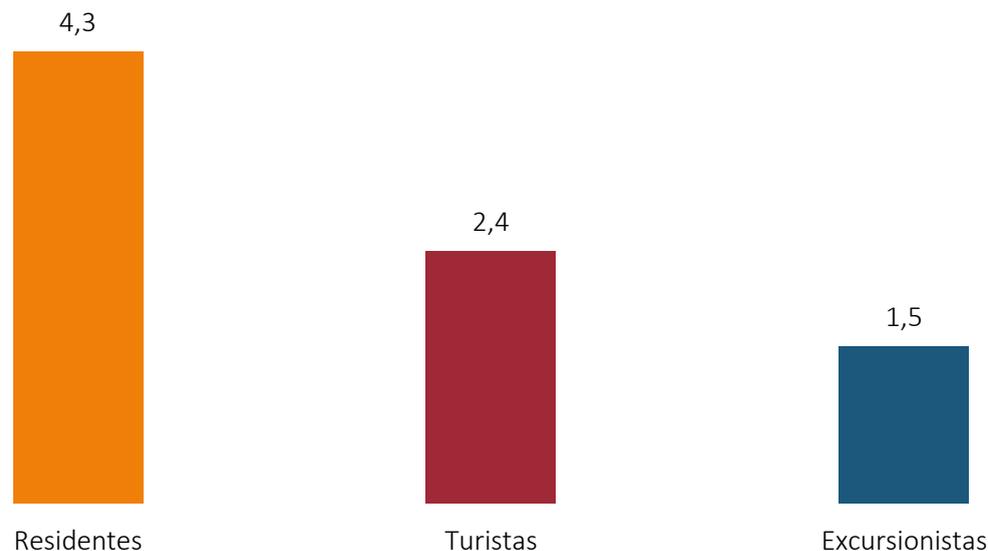


## 7.- ESTÁTICA COMPARATIVA ENTRE TIPOLOGÍAS DE VISITANTES

El objetivo de este apartado es detectar y poner en valor las principales diferencias existentes en el hábito de visitar la Semana Santa entre las tres tipologías de consumidores descritas anteriormente (residentes, turistas y excursionistas)<sup>1</sup>.

El primer rasgo diferenciador entre los tres segmentos estudiados es la **edad**. La edad media del excursionista que visita la Semana Santa es de 46,3 años, mientras que la del turista es de 44,9 años. Entre éstas no existen diferencias significativas, pero, podemos concluir que ambas son mayores a la edad media del residente (38,9 años). En otras palabras, el visitante que visita la ciudad de Málaga para conocer su Semana Santa, por término medio, tiene una edad superior a la del residente.

*Ilustración 36 Diferencias significativas en el promedio de visitas a la Semana Santa.*



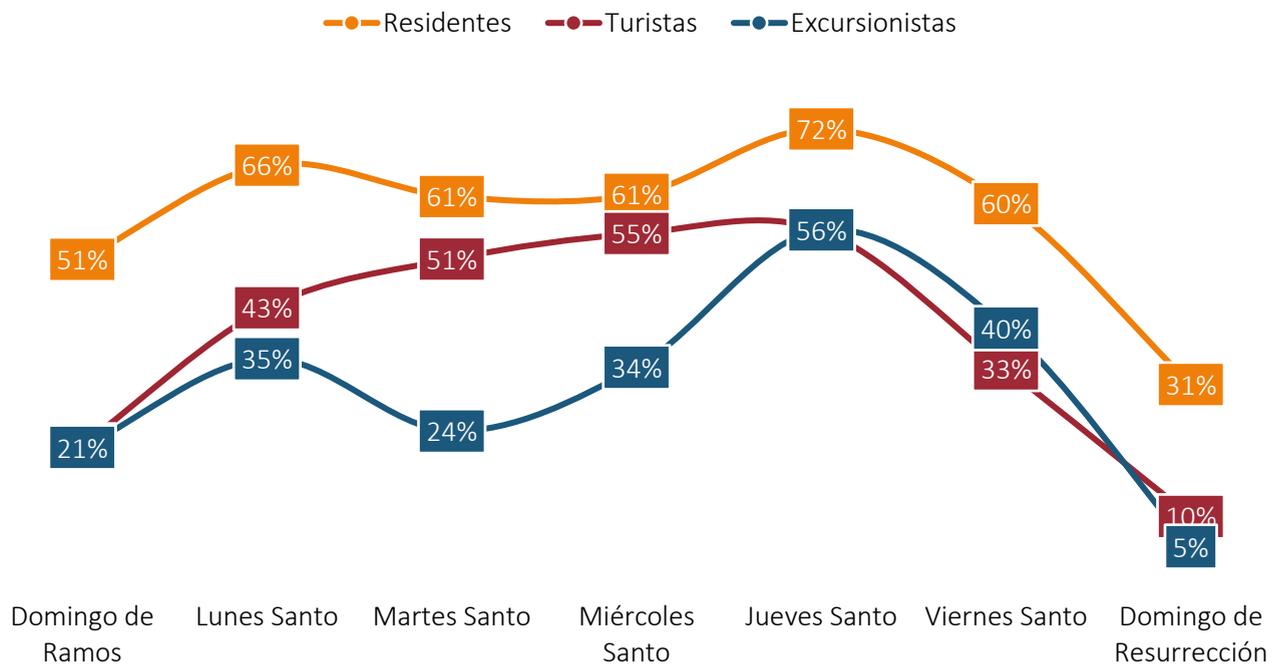
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

---

<sup>1</sup> Diferencias detectadas a través del análisis de la varianza de un modelo causal de un factor.

El siguiente factor comportamental donde se encuentran diferencias significativas es en el número total de **días que acuden a ver procesiones** en el centro de la ciudad. Por término medio, el residente que visita la Semana Santa, lo hace durante 4,3 días. Este volumen de consumo de desfiles es superior al del resto de segmentos estudiados. A saber, los turistas lo hacen en 2,4 días y los excursionistas en 1,5 días. Así mismo, existen diferencias suficientes como para poder determinar que el número de días que el turista visita la Semana Santa es superior al del excursionista; aunque ambos son menores a la del residente.

*Ilustración 37 Diferencias significativas en el día que acude a visitar la Semana Santa.*



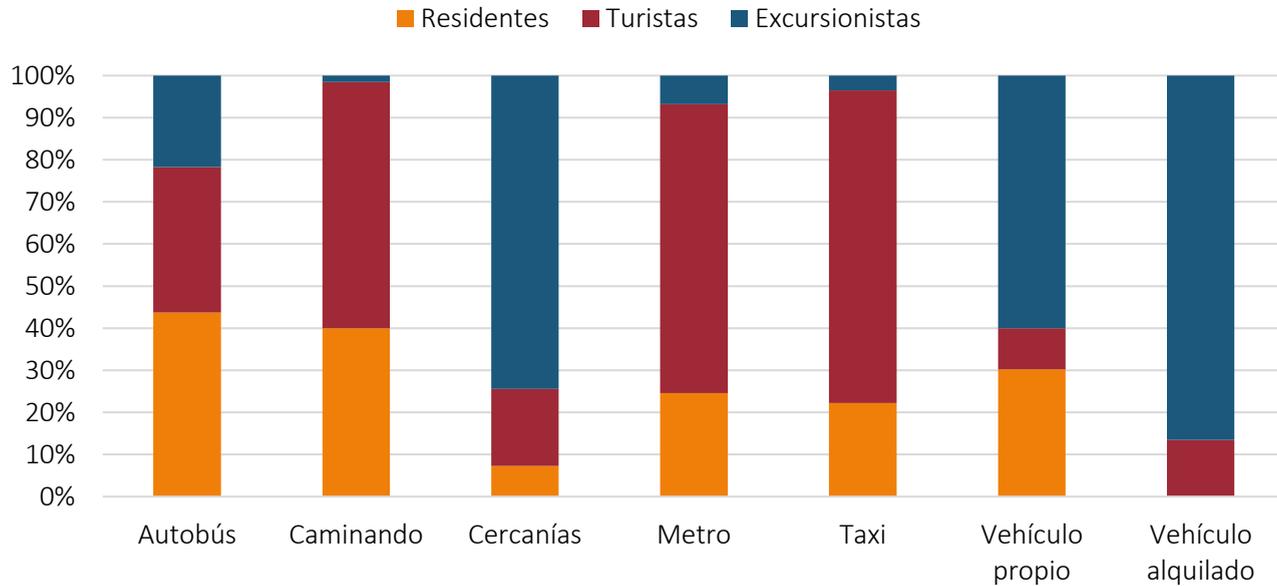
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

En tercer lugar, encontramos nuevas diferencias en el **día específico** en que acuden o tienen intención de acudir a ver las procesiones malagueñas. A pesar de que el Miércoles Santo y el Jueves Santo son los días donde mayor volumen de espectadores hay en el centro de la ciudad. Existe una fuerte asociación entre acudir a ver los desfiles

### Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes a la Semana Santa de Málaga 2018

el Domingo de Ramos, Lunes Santo, Viernes Santo y Domingo de Resurrección con ser residente en Málaga; debido a la menor afluencia de visitantes durante estos días.

Tabla 3 Diferencias significativas en el medio de transporte utilizado para visitar la Semana Santa



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

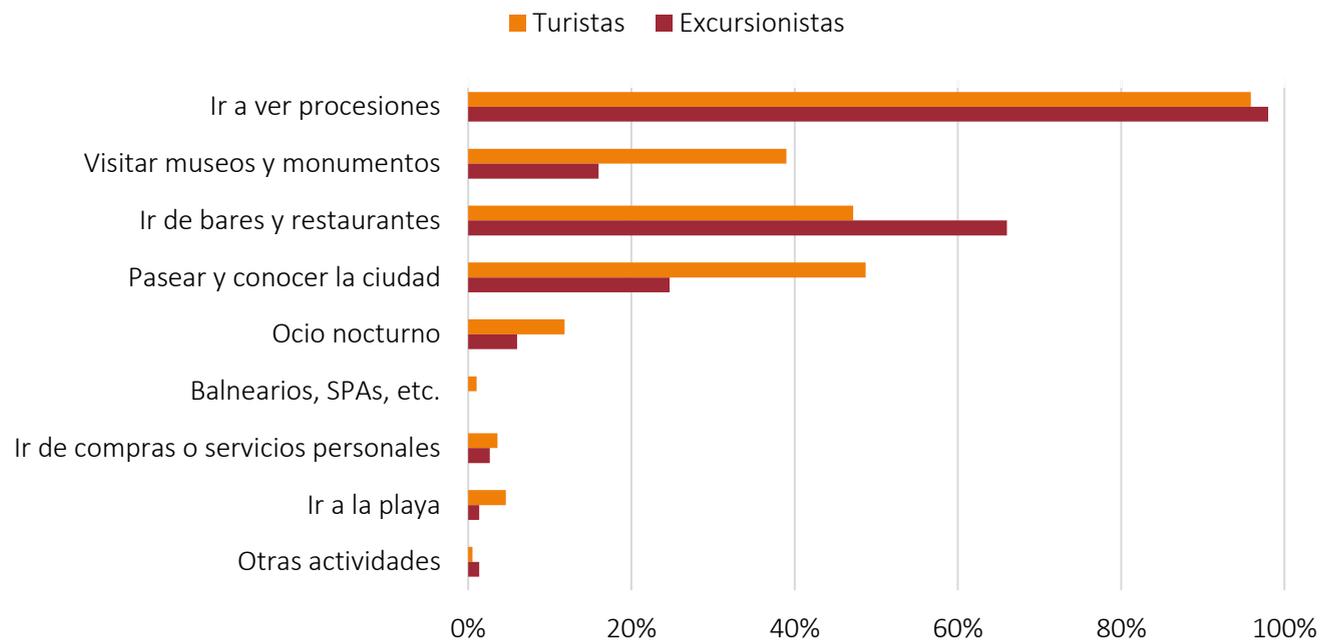
Comparativamente, también existen diferencias en el **medio de transporte** utilizado para llegar a visitar la Semana Santa. De esta manera, existe una fuerte asociación entre ser excursionista y llegar a la ciudad con su propio vehículo o alquilado o con el tren de cercanías y, en cambio, ser residente o turista se vincula más al uso del autobús o ir caminando. El turista, además, tiene una fuerte asociación con el uso del metro y el taxi.

Relacionado con lo anterior, también se encuentran diferencias en los **hábitos de estacionamiento de vehículos**. Así, la cuota de visitantes que utiliza el aparcamiento público es significativamente mayor a la de residentes. Además, los excursionistas se asocian más con el aparcamiento privado en propiedad o cedido y, el residente con los aparcamientos habilitados durante la Semana Santa.

En referencia a las **actividades realizadas** adicionalmente a su visita a la Semana Santa, también se encuentran diferencias significativas entre turistas y excursionistas.

Los primeros, en comparación con los segundos, presentan una mayor asociación a visitar museos y monumentos de la ciudad y pasear por el centro histórico de la ciudad, mientras que los segundos tienen una mayor vinculación con el consumo de bares y restaurantes de la ciudad, antes o después de visualizar las procesiones.

*Ilustración 38 Diferencias significativas en las actividades complementarias realizadas.*



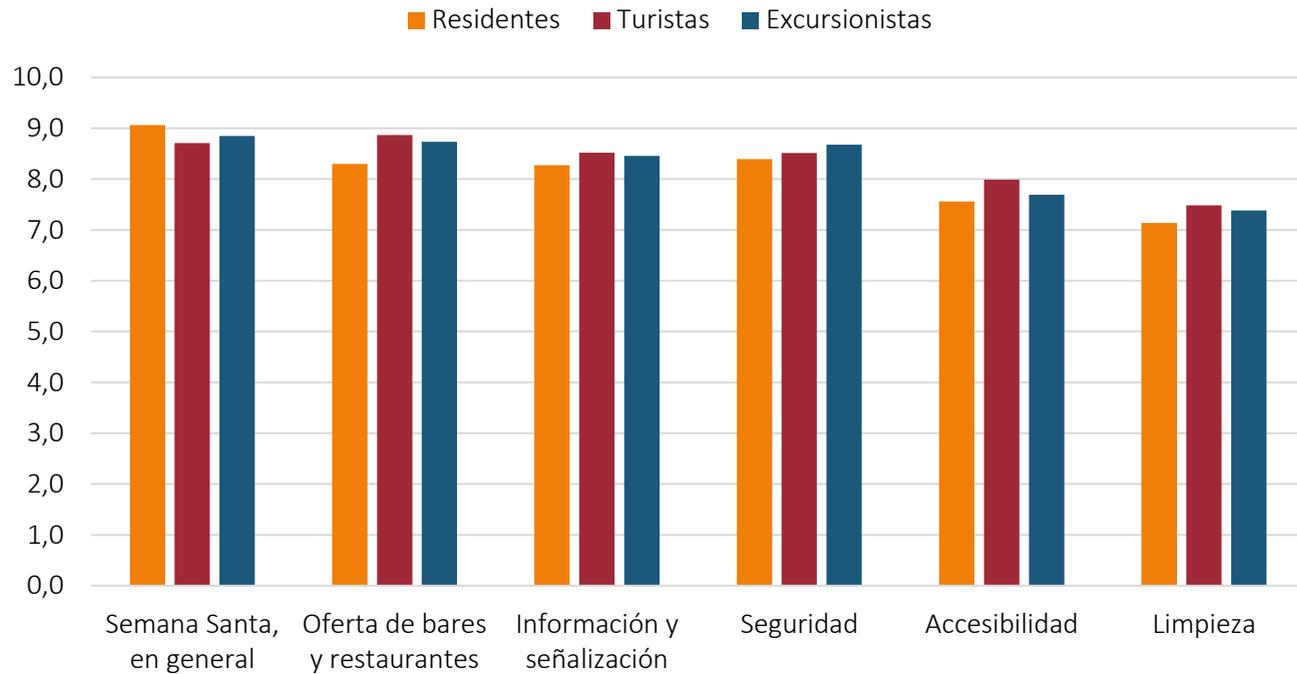
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Otra asociación importante es la **implicación** con la Semana Santa. Como era de esperar, encontramos que la cuota de residentes en Málaga que son hermanos de algunas de las cofradías que procesan por la ciudad, es mayor que la cuota de visitantes (tanto turistas como excursionistas). Además, también se observa una importante asociación entre ser residente y participar en procesiones. Por tanto, se puede concluir que el papel del visitante de la Semana Santa está más vinculado a disfrutarla como espectador, siendo la cuota de los que tienen una mayor vinculación con la misma casi residual.

### Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes a la Semana Santa de Málaga 2018

También encontramos diferencias en la valoración de la **satisfacción** con la Semana Santa. Así, se puede concluir que la satisfacción general de los residentes es superior a la de los visitantes. Sin embargo, al preguntar por aspectos específicos de la Semana Santa, el residente suele ser más crítico en sus valoraciones que el visitante.

Ilustración 39 Diferencias significativas en la valoración de la Semana Santa



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

En último lugar, con el objetivo de conocer qué **imagen** tiene la Semana Santa de Málaga para cada uno de los colectivos analizados, decidimos preguntar a los encuestados con qué palabra asociaban esta festividad. Para los residentes en la ciudad de Málaga, la Semana Santa se vincula con atributos como **tradición, cofradías y religiosidad**; mientras que los turistas la asocian más con **turismo y pasión**, además de **religiosidad**. Por último, los excursionistas mencionan **religiosidad, tradición y pasión**.





Cuantificación de la demanda y del impacto económico



## 8.- CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA Y DEL IMPACTO ECONÓMICO

Una vez analizados los perfiles y comportamientos de los distintos grupos de visitantes a la Semana Santa, en este capítulo agrupamos los resultados sobre la estimación del total de visitas recibidas en la ciudad de Málaga con la motivación principal de presenciar los desfiles procesionales, el gasto medio por visita que genera cada persona que acude a ver las procesiones de la capital de la Costa del Sol y la determinación del impacto económico generado por dicho gasto.

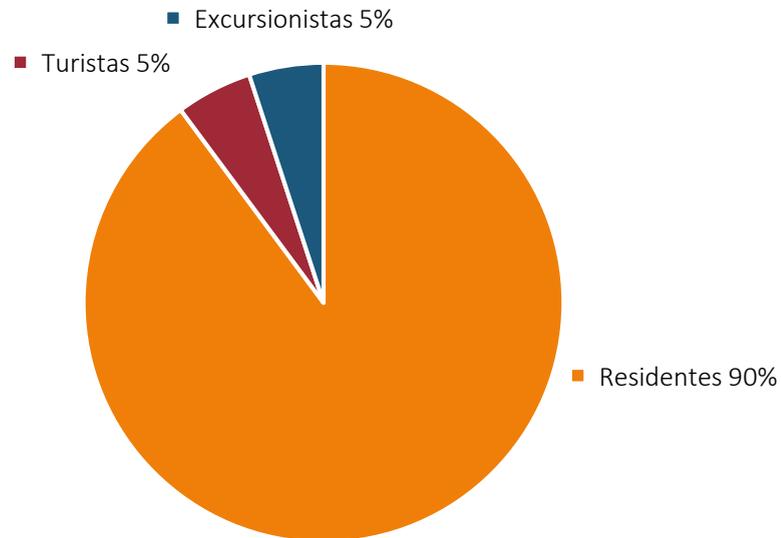
### 8.1.- VISITAS RECIBIDAS POR LA SEMANA SANTA DE MÁLAGA

La estimación del total de visitas recibidas por la Semana Santa se ha calculado en base al trabajo de campo realizado específicamente para este estudio junto con la información proporcionada por otros organismos oficiales vinculados a la actividad económica de la ciudad.

Esta investigación avanza en la metodología para la cuantificación de las visitas que recibe la Semana Santa de Málaga, en comparación con las utilizadas por otros estudios que, con carácter previo, han aproximado dicho valor. Y lo hace desde un doble punto de vista. Por un lado, incorpora las visitas realizadas por los propios residentes de la ciudad de Málaga, no tenidas en cuenta hasta la fecha; y, en segundo lugar, utiliza como estimador de las visitas realizadas por turistas y excursionistas, el número de visitas que han realizado o tienen intención de realizar a la Semana Santa. Éste permite mejorar la bondad en la estimación de los resultados con respecto al criterio duración de la estancia en la ciudad, que a pesar de haber sido el único propuesto hasta la fecha, no refleja el número de visitas reales a la Semana Santa sino el número de días o noches que un visitante permanece en la ciudad.

De esta manera, se estima que la Semana Santa de Málaga, recibió **más de 1,4 millones de visitas en el año 2018** (entre residentes, turistas y excursionistas). De éstas, el 90% son realizadas por los residentes de la ciudad, el 5% por los turistas en la ciudad (pernoctan en Málaga capital) y el otro 5% restante por los excursionistas (visitan la Semana Santa, pero no pernoctan en la ciudad).

Ilustración 40 Distribución de las visitas por tipología de visitante



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Cuantificando el total de personas, se obtiene que **la Semana Santa de Málaga recibió la visita de más de 375.000 personas**. Éstas se distribuyen de la siguiente manera: el 79% fueron residentes en la ciudad, el 13% excursionistas y el 8% turistas.

Con esta información, se puede concluir que **la tasa de penetración de la Semana Santa entre la población censada en la capital es del 52%**. Esto quiere decir que más de la mitad de los residentes de Málaga capital acudieron a visitar los desfiles procesionales de su ciudad.

## 8.2.- CUANTIFICACIÓN DEL GASTO POR VISITA A LA SEMANA SANTA

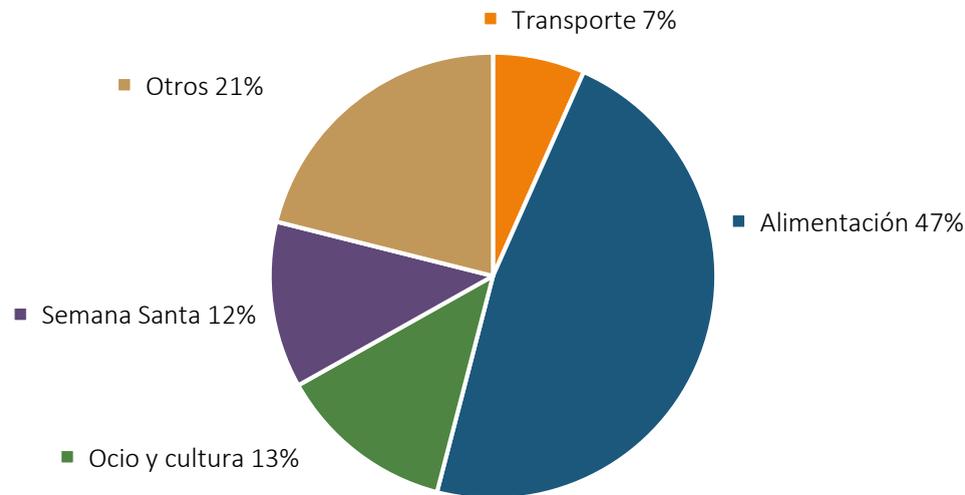
Estimada la audiencia total de la Semana Santa y el número de visitas que, en suma, realizan todas las personas que acuden a verla, el siguiente paso fue obtener el gasto generado por cada visita.

## GASTO POR VISITA A LA SEMANA SANTA DEL RESIDENTE

En el caso del residente que acude a visitar la Semana Santa de Málaga, por término medio, **el gasto por visita se sitúa en los 45,71 euros.**

En mayor porcentaje, el gasto del residente para su visita a la Semana Santa se destina a gastos vinculados directamente con la alimentación (47% del gasto total). Seguidamente, los gastos en ocio y cultura (13%) y los específicos de Semana Santa (12%) son los que mayores cuotas representan.

*Ilustración 41 Distribución por conceptos del gasto del residente en su visita a la Semana Santa*

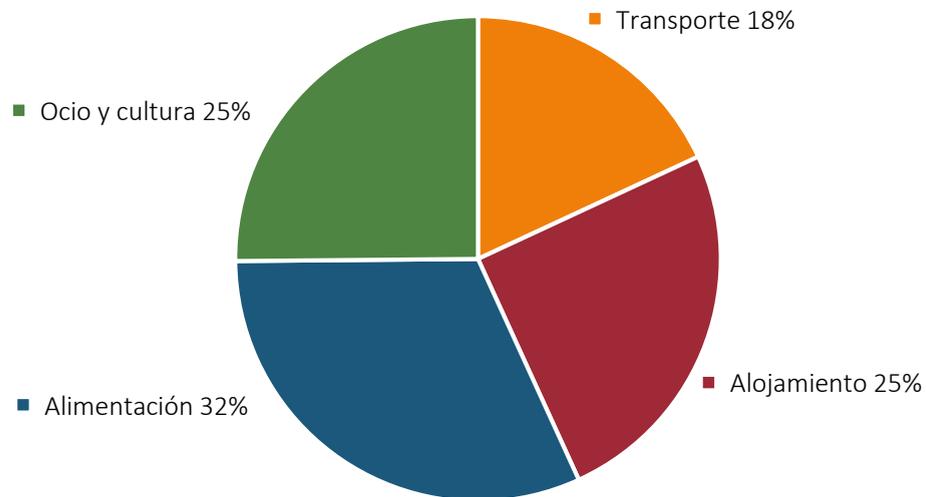


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## GASTO POR VISITA A LA SEMANA SANTA DEL TURISTA

Por término medio, **el turista de la ciudad de Málaga que decide conocer la Semana Santa gasta 90,43 euros por visita.** Más de tres de cada diez euros del turista que visita la Semana Santa de la ciudad de Málaga se destina a gastos de alimentación (30%). Cuota similar representan los gastos por alojamiento y por ocio y cultura (25%). Finalmente se encuentran los gastos por transporte hasta y en destino (18%).

Ilustración 42 Distribución por conceptos del gasto del turista en su visita a la Semana Santa



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

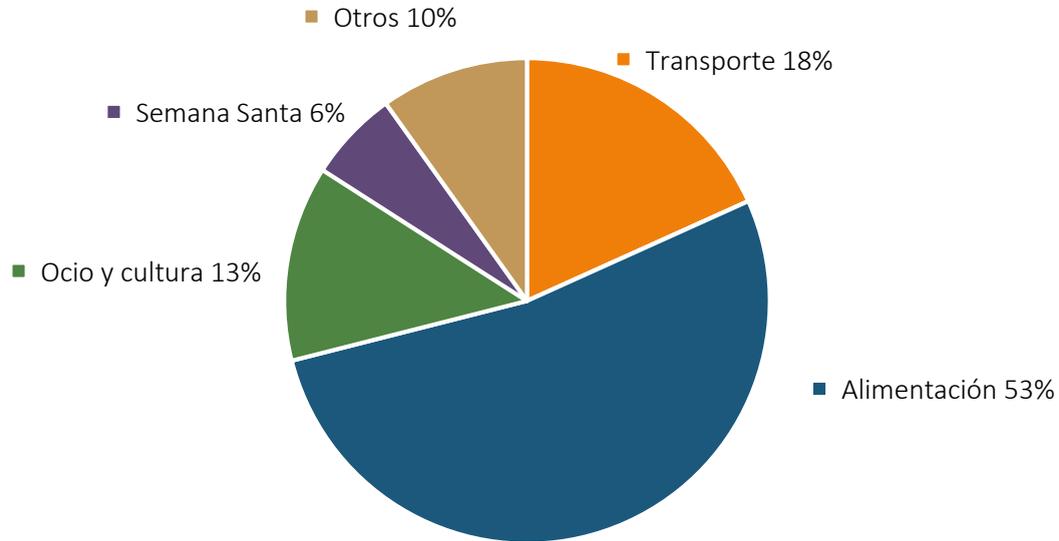
#### GASTO POR VISITA A LA SEMANA SANTA DEL EXCURSIONISTA

**El gasto promedio del excursionista se sitúa en los 46,14 euros.** En este caso, más de la mitad del gasto diario en el que incurre para visitar la Semana Santa se destina a alimentación (bares, restaurantes y compras alimenticias; 53%).

Tras esto, el excursionista de la ciudad durante la Semana Santa destina el 18% de su presupuesto en transporte, el 13% en ocio y cultura y, el 6% en gastos específicos de Semana Santa.

## Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes a la Semana Santa de Málaga 2018

Ilustración 43 Distribución por conceptos del gasto del excursionista en su visita a la Semana Santa



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

### 8.3.- DETERMINACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO

El impacto directo del gasto de los espectadores a la Semana Santa de Málaga, en su edición 2018, se ha calculado en base a la frecuencia de consumo y el importe exacto de cada una de las diferentes partidas incluidas en el estudio. Éstas son: transporte hasta la ciudad, alojamiento en la ciudad, compras alimenticias, compras no alimenticias, excursiones realizadas desde la ciudad, restauración, transporte en la ciudad, actividades culturales, gastos por ocio y gastos específicos de la Semana Santa (sillas, tribunas y balcones, participación en procesiones y otros gastos asociados).

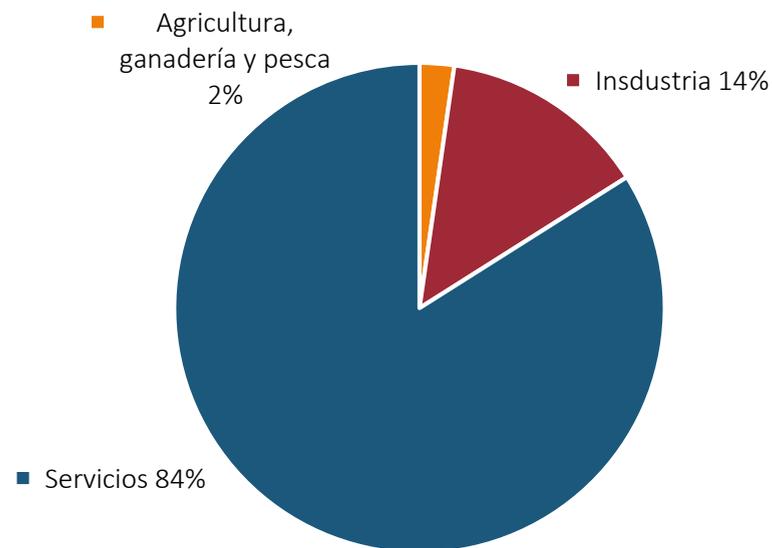
Así, se estima que el **impacto económico directo generado por el gasto de la totalidad de visitas a la Semana Santa de la capital asciende a 53,7 millones de euros.**

El estímulo económico directo generado por el gasto de los espectadores de la Semana Santa de la ciudad, así como su distribución en subsectores económicos, ha provocado un **aumento de la producción de bienes y**

**servicios, de manera indirecta e inducida, que se cuantifica en 48,9 millones de euros.** Desagregando este último importe, se puede concluir que el sector más beneficiado por este aumento de la producción es el sector servicios, seguido de la industria y el agroalimentario.

La estimación del impacto total generado por el gasto de los espectadores de la Semana Santa de Málaga se obtiene a través de la suma del impacto directo y del impacto inducido. Así, se cifra el **impacto total de dicho gasto en la economía malagueña en 102,7 millones de euros.**

*Ilustración 44 Distribución del impacto económico por el gasto del visitante a la Semana Santa*



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Siguiendo la misma metodología utilizada para el cómputo del impacto económico de la Semana Santa, se puede obtener el **total de empleos creados** por las nuevas demandas económicas generadas. Así, para el año 2018, se estima un total de **1.358** empleos equivalentes.



Conclusiones



## 9.- CONCLUSIONES

En este apartado reflejaremos las principales conclusiones derivadas del presente estudio, cuyo objetivo general es, tal como se recogió anteriormente “**Determinar el impacto económico generado por los residentes, turistas y excursionistas como consecuencia de sus visitas a presenciar los desfiles procesionales de la Semana Santa de Málaga**”.

### ASPECTOS GENERALES SOBRE EL ESTUDIO DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LA SEMANA SANTA

- A pesar de que en el presente estudio analizamos únicamente el impacto económico generado por los visitantes a la Semana Santa de Málaga, resulta muy importante dejar claro que las repercusiones económicas de todo lo que rodea a la misma, va mucho más allá de esta dimensión de gasto de los visitantes durante el periodo concreto de la Semana Mayor
- Resulta de gran trascendencia poder avanzar en el conocimiento serio y profundo del resto de dimensiones económicas, tanto directas como inducidas, que genera la Semana Santa entre las que destaca el movimiento económico de la que podríamos denominar “industria cofrade”, así como de un importante movimiento empresarial que genera la gran devoción y atracción que supone la Semana Santa para los malagueños.
- Aunque en este estudio nos centremos en los 7 días que centran el objeto fundamental de la Semana Santa, su impacto económico y su relevancia en la ciudad repercute de manera directa e inducida en todo el año.
- Existe una gran disparidad de cifras que hacen referencia al impacto económico de la Semana Santa, pero en la gran mayoría de los casos obedecen a estimaciones sin base metodológica rigurosa, o en otros casos se refieren a aspectos parciales de la generación de riqueza que produce la Semana Santa, como es el caso de la repercusión económica únicamente de los turistas.

- En estudios previos se confunde a menudo el impacto de los turistas que viajan durante la Semana Santa, con los que lo hacen con la motivación específica de visitar la misma.

## SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES

- Se cifra en más de 1,4 millones las visitas cuya motivación principal ha sido presenciar la Semana Santa de Málaga en el año 2018. Casi el 90% de ellas han sido realizadas por los residentes en la ciudad, el 5% por turistas y casi el 5% por excursionistas.
- El número de personas que ha movido la Semana Santa en este año han superado las 375.000, de las cuales el 79% son residentes, el 13% excursionistas y el 8% turistas.
- Mayoritariamente el público que le gusta disfrutar en vivo de la Semana Santa puede considerarse relativamente joven en los tres colectivos, aunque es importante resaltar que la edad media del residente que acude a ver los desfiles procesionales es significativamente inferior a la de los visitantes.
- Los residentes suelen bajar a ver las procesiones mayoritariamente con amigos, en familia y con la pareja, mientras que los turistas y excursionistas lo hacen en mayor medida acompañados únicamente de su pareja; es decir, en grupos de menor tamaño.
- Existe una fuerte fidelidad a la Semana Santa de los residentes, que acuden de manera sistemática año tras año a presenciar las procesiones. Sin embargo, también es destacable que un grupo significativo de malagueños acuden de manera esporádica a las mismas.
- También resulta de interés destacar que, aunque lógicamente entre los turistas y excursionistas predominan los que visitan la Semana Santa por primera vez, hay un nicho de consumidores externos que pueden considerarse fieles a las procesiones.
- El medio de transporte a la ciudad está muy condicionado por el perfil del visitante. En el caso de los residentes se ha conseguido que la utilización del vehículo privado sea baja, en favor del transporte público e incluso de acudir a pie al centro. En los excursionistas el vehículo propio y el autobús, que surge

## *Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes a la Semana Santa de Málaga 2018*

como medio de las excursiones organizadas, se convierten en los principales medios de transporte seguido del tren de cercanías, especialmente para aquel grupo importante de visitantes que se desplazan desde la costa. En los turistas depende de la ubicación del alojamiento, pero la alta concentración de la oferta del centro hace que no sea demasiado necesario el transporte a la ciudad.

### SOBRE LOS HÁBITOS COFRADES

- A pesar del poder de atracción de la Semana Santa sobre los residentes, resulta llamativo, que sólo tres de cada diez de los que acuden a ver las procesiones son hermanos de cuota de alguna cofradía, y tan solo el 15% de ellos participa de manera directa en las procesiones.
- En el caso de los excursionistas y los turistas, lógicamente la tasa de participación directa es muy baja, aunque en el primer grupo existe un 5% que participan de forma directa en alguna procesión.
- Más de la mitad de los residentes acuden a diario, salvo el Domingo de Resurrección, a ver las procesiones, aunque los días de mayor visita de este colectivo son el Jueves Santo y el Lunes Santo. El jueves es el día de mayor demanda para los 3 grupos analizados siendo especialmente significativo el incremento de las visitas ese día de turistas y excursionistas.
- Por término medio los residentes bajan a ver las procesiones 4,3 días durante la semana, mientras que los turistas lo hacen por término medio 2,4 días y los excursionistas mantienen una media de 1,5 visitas.

### SOBRE EL IMPACTO ECONÓMICO Y LA ESTRUCTURA DEL GASTO

- El gasto medio por visita del residente se cifra en 45,71€. La distribución del gasto del residente se deriva fundamentalmente en bares, restaurantes y compras alimenticias en general. Una partida también importante es en el ocio y la cultura de la ciudad.
- En el caso de los turistas, el gasto medio diario casi duplica al del residente, ascendiendo a 90,43€, adquiriendo en esa estructura del gasto especial importancia de manera análoga, los bares, restaurantes,

alimentación en general y ocio y cultura, pero añadiendo en este caso, lógicamente, el alojamiento en la ciudad, y realizando un gasto muy superior en la partida de transportes.

- El excursionista gasta una cantidad muy similar al residente, en torno a los 46,14€ de media diaria por persona. En este caso la estructura de gastos es similar, pero añadiendo un presupuesto especial al transporte hasta la ciudad.
- En base a todos los datos anteriores se estima que el impacto económico directo durante la Semana Santa asciende a 53,7 millones de euros.
- Además, ese movimiento económico provoca un efecto inducido en la producción de bienes y servicios de 48,9 millones de euros.
- Por tanto, de manera global, puede afirmarse que el impacto total del gasto generado por los “espectadores” a la Semana Santa de Málaga en el año 2018 ha sido de 102,7 millones de euros.
- Y dicho impacto económico, de acuerdo a la metodología de análisis, se estima que ha generado durante la Semana Santa 1.358 nuevos empleos equivalentes.



Bibliografía





## **10.- BIBLIOGRAFÍA**

Alarcón, P, del Alcázar, B. y González, E.M. (2012): Análisis del potencial turístico de la Semana Santa. Cátedra de Estudios Cofrades y Fundación Lágrimas y Favores.

Atencia, P. (2016): “Foro Málaga Viva: Economía y Obra Social de la Semana Santa” Jornadas celebradas el 1 de abril de 2016 organizadas por la Cátedra de Viabilidad Empresarial de la Universidad de Málaga

Atencia, P. (2016): “Programa Hoy por Hoy” Cadena Ser Málaga 16 de marzo de 2016

Conserjería de Turismo y Deporte (2016): Registro de Turismo de Andalucía. Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía

EMT (2016): Movimiento de pasajeros en transporte público de la ciudad. Empresa Municipal de Transportes.

INE (2016): Encuesta de Ocupación Hotelera. Instituto Nacional de Estadística.

INE (2016): Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos. Instituto Nacional de Estadística.

INE (2016): Padrón municipal. Instituto Nacional de Estadística.

Málaga Hoy (2016): “El itinerario Semana Santa” Málaga Hoy.

Mir, E. (2016): “La Semana Santa genera un impacto económico en Málaga de más de 38 millones” Onda Azul, <http://www.ondaazulmalaga.es/noticia/la-semana-santa-genera-un-impacto-economico-en-malaga-de-mas-de-38-millones>

Rodríguez, J. V. (2016): “El valor económico de la Semana Santa” La Opinión de Málaga, 2 de abril de 2016

SOPDE (2013): Impacto Económico y Turístico de la Semana Santa 2013. Sociedad de Planificación y Desarrollo (SOPDE). Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga.

SOPDE (2014): Impacto Económico y Turístico de la Semana Santa 2014. Sociedad de Planificación y Desarrollo (SOPDE). Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga.

Soto, J. (2016): “La Semana Santa genera un impacto económico próximo a los 40 millones de euros” Diario Sur, 28 de marzo de 2016

Vida Económica (2016): “El impacto económico”, Vida Económica nº 32, mayo, pág. 22

**PÁGINAS WEB Y OTROS RECURSOS ONLINE:**

Agrupación de Cofradías de Semana Santa de Málaga: <http://agrupaciondecofradias.es/>

Icofrade: App Cofrade <http://icofrade.com/>

El Penitente: App Cofrade <http://elpenitente.playcofrade.com/>



Análisis del perfil e  
impacto económico  
de los visitantes a la  
Semana Santa de  
Málaga 2018



CÁTEDRA DE  
ESTUDIOS COFRADES



fundación  
lágrimas y  
favores



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA