



FACULTAD DE COMERCIO Y GESTION

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACION DE MERCADOS

TRABAJO FIN DE GRADO

“La Semana Santa de Málaga como producto:
implicaciones económicas, empresariales y de
marketing”

Autor: Cristina Sibajas Ortuño
Tutor: Benjamín del Alcázar Martínez

Junio 2016

LA SEMANA SANTA DE MÁLAGA COMO PRODUCTO: IMPLICACIONES ECONÓMICAS, EMPRESARIALES Y DE MARKETING

CRISTINA SIBAJAS ORTUÑO



RESUMEN

En este trabajo vamos a realizar una investigación de la Semana Santa de Málaga como producto y sus implicaciones económicas, empresariales y de marketing. Para ello, vamos a ver cuáles son las dimensiones económicas de ésta y de qué forma los diferentes sectores se benefician de ella.

Después vamos a estudiar el mercado de la SS en función de la implicación que tiene el consumidor respecto al producto. Asimismo, vamos a cuantificar cuántos son los participantes y qué clase de turista es el más interesado en la Semana Santa de Málaga. En esta dimensión de producto turístico, estudiaremos si existe alguna estrategia de promoción y comunicación externa, especialmente en el ámbito on-line, por parte de las entidades públicas encargadas de la promoción turística.

En el plano de la industria cofrade, vamos a exponer quiénes se ven beneficiados por la Semana Santa de Málaga, y si la usan como reclamo en sus acciones de marketing y publicidad, y a qué público van enfocadas estas acciones. Dentro de este epígrafe, expondremos cómo es la cobertura mediática que se le da a la SS, y el diferente uso que hacen de las redes sociales las cofradías para dar a conocer sus actos y cultos.

Para finalizar, en las conclusiones recogeremos todos los comentarios sobre qué y cómo se están realizando estas acciones y propondremos algunas ideas que ayudarían a dar a conocer a un público más amplio la Semana Santa malagueña.

PALABRAS CLAVE

Semana Santa

Marketing

Málaga

Impacto económico

Producto turístico

	Página
1. Resumen y palabras clave	02
2. Índice	03
3. Introducción	04
4. Objetivos del trabajo	05
5. Metodología	06
6. Dimensiones de la Semana Santa	07
7. El mercado de la Semana Santa	10
8. La Semana Santa como producto turístico	12
8.1. Campañas de promoción turística de la SS	13
9. La industria cofrade	19
9.1. Productos específicos de la Semana Santa	19
9.2. Transporte	26
9.3. Artesanos	28
9.4. Bandas de música	29
9.5. Campañas específicas para la Semana Santa	29
9.6. Prensa y redes sociales	32
9.7. Blogs y webs especializadas	41
9.8. Aplicaciones móviles	42
9.9. Comercios malagueños	43
9.10. Turismo y hostelería	45
9.11. Otros servicios	46
10. Conclusiones	47
11. Bibliografía	50
12. Anexo 1: Base de Datos de participación en la Semana Santa 2016	54
13. Anexo 2: precios oficiales de los abonos de la Semana Santa 2016	56
14. Anexo 3: Gráficas publicitarias	57
15. Anexo 4: Base de Datos de RRSS y webs de las cofradías	58

INTRODUCCION

El presente trabajo tiene su origen en la importancia que tiene la Semana Santa en la economía de distintos sectores de Málaga. Lo que aquí se plantea es un análisis del potencial turístico y económico de la misma, así como un estudio de la Semana Santa de Málaga como objetivo de campañas de marketing y comunicación.

Para ello, vamos a definir primero si la Semana Santa es un único producto o una gama de ellos, y para esto partiremos del estudio realizado por la Cátedra de Estudios Cofrades titulado *“Análisis del potencial turístico de la Semana Santa de Málaga”* realizado por Benjamín del Alcázar, Pilar Alarcón y Eva María González (2012).

Una vez planteado cual es nuestro producto y las distintas dimensiones desde la que podemos estudiarlo, vamos a llevar a cabo una investigación en la que intentaremos encontrar todos aquellos sectores que se están beneficiando de la Semana Santa, así como si la información existente en medios digitales es la necesaria para llegar a un público general más amplio que el existente en estos momentos y si existen campañas de organismos oficiales que tengan el fin de dar a conocer la Semana Santa.

Teniendo toda esta información, podremos ver a quiénes van dirigidas las campañas que tienen como objetivo la Semana Santa de Málaga.

Por último, y antes de empezar con la investigación, quiero dejar constancia que, sabiendo las connotaciones religiosas que tiene la Semana Santa para una gran colectivo, todo lo aquí tratado se hará con el máximo respeto a dichas creencias. Así que, aunque en este trabajo me refiera a la Semana Santa de Málaga como objeto con interés turístico y cultural y como base para realizar campañas de marketing con el consecuente impacto positivo en la economía que estas campañas traerían, el fin de esta investigación no es convertir la Semana Santa malagueña en un objetivo turístico desprovisto de significado, sino más bien al contrario: dar a conocer su razón de ser fuera de la provincia de Málaga a otras personas que pudieran estar interesadas en ella pero no saben de su existencia.

Nota: A partir de este momento nos referiremos a la Semana Santa como SS y a la Semana Santa de Málaga capital como SSM.

OBJETIVO GENERAL

Estudiar las implicaciones económicas y de marketing de la Semana Santa de Málaga.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Analizar las implicaciones económicas y estratégicas de la Semana Santa en las empresas y entidades del entorno de la ciudad de Málaga.

Estudiar la incidencia turística de la Semana Santa en la ciudad de Málaga.

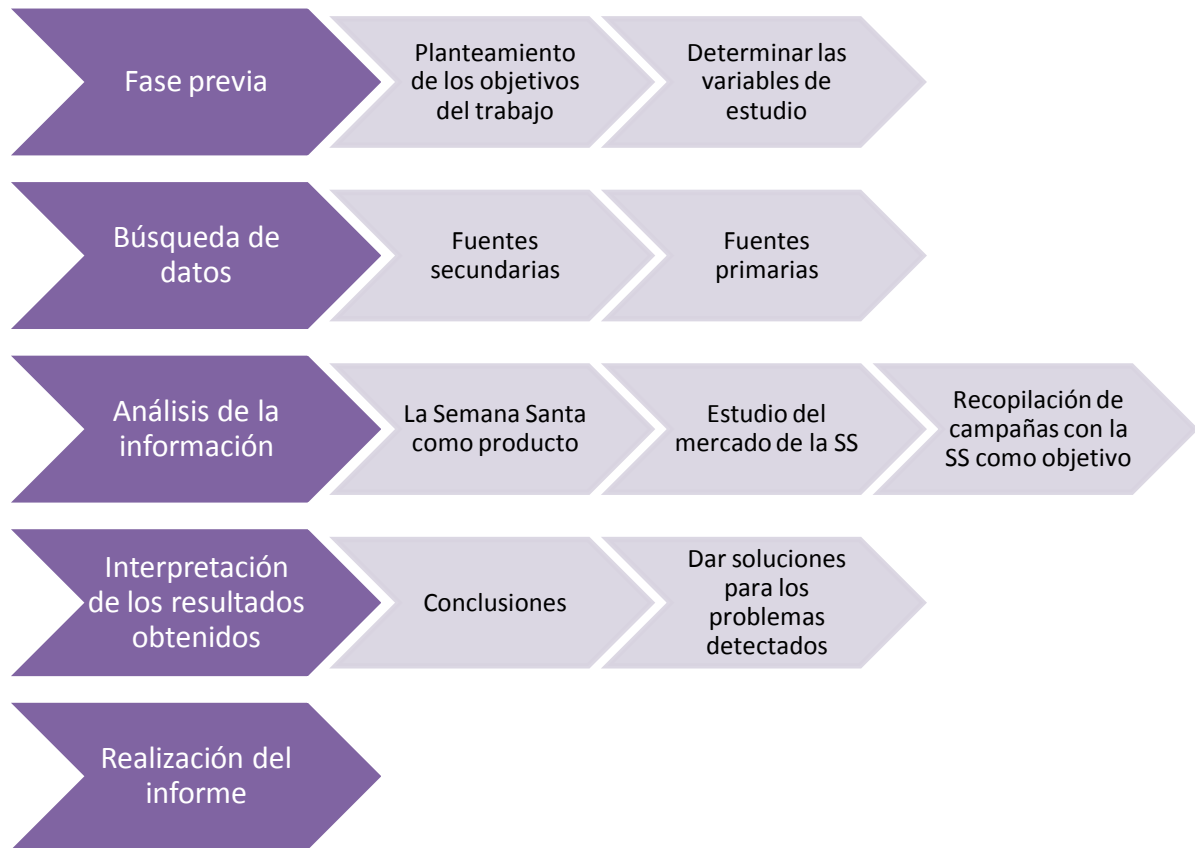
Identificar los distintos sectores empresariales afectados por la Semana Santa de Málaga.

Analizar las tipologías de acciones y estrategias de marketing utilizadas por las empresas y entidades del entorno de Málaga en relación al “mercado” de la Semana Santa.

Estudiar la estrategia de promoción y comunicación externa, especialmente en el ámbito on-line, de la Semana Santa por parte de las entidades públicas encargadas de la promoción turística.



Para la realización de este trabajo se ha realizado una investigación cualitativa exploratoria, en la que podemos distinguir diferentes fases:



Cómo el análisis del potencial económico, turístico y como objeto del marketing y la comunicación abarcan un ámbito bastante amplio y complejo, vamos a dividir el trabajo en varias líneas de estudio, a saber:

- α El **mercado de la Semana Santa**, quiénes participan en él y cuál es su potencial.
- α La Semana Santa como **producto turístico** o gama de ellos.
- α La **Industria de la Semana Santa**: Sectores que reciben un impacto económico positivo gracias a ésta.
- α La Semana Santa como **objetivo del marketing y la comunicación**, y su posicionamiento en internet y otros medios digitales.

Estas líneas de estudio abarcarán la situación actual y en las conclusiones determinaremos cual sería el potencial máximo que podría llegar a tener.

DIMENSIONES ECONOMICAS DE LA SS

Si estudiamos las dimensiones e incidencia económica de la SS, nos encontramos que tenemos varias dimensiones que podemos estudiar como variables independientes:



A nivel económico, podemos ver que es un sector en crecimiento constante, ya que este año 2016, se ha estimado un impacto económico de 40 millones de euros, según afirmó el Alcalde de Málaga Francisco de la Torre. Esto representa un aumento considerable respecto a años anteriores, ya que en 2015 se estimó en 34M€ el beneficio y en 2014, ascendió a 29M€ (Ayuntamiento de Málaga (2013), Efe (2015) y Soto J. (2016)).



- Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en Diario Sur y La Opinión de Málaga -
(2013, 2014, 2015, 2016)

Es interesante compararlo con el grado de ocupación hotelera de la ciudad, que de media solo ha aumentado un 4%, contrastando con el impacto económico, que casi se ha doblado en estos 4 últimos años.

Año	Ocupación hotelera media	Número de pernoctaciones	Ocupación hotelera Domingo - Miércoles	Ocupación hotelera Jueves - Domingo
2013	86%	49.500	72%	97%
2014	90%	60.800	nd	98%
2015	91%	61.621	85%	97.5%
2016	90%	67.000	85%	97.5%

- Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en Diario Sur y La Opinión de Málaga -
(2013, 2014, 2015 y 2016)

En cuanto a datos de interés económico referidos a los gastos propios de cada cofradía, existe una ausencia muy significativa de información, ya que, por lo general, las cofradías no quieren hacer públicos sus gastos. Pero los periodistas Ferrary y Castillo (2009) hicieron una investigación sobre cuánto costaba traer a militares a los cortejos procesionales, encarecidos desde que se clausuró Segalerva. Más tarde, el periodista Ángel Escalera (2013) hizo una aproximación a los costes necesarios para poner un desfile procesional en la calle, quedando fuera de estos gastos los costes de realizar un trono o cualquier otro enser. Según éste periodista, las Cofradías en 2013, tuvieron un gasto total de 1.2 millones de €. Aunque el coste por Cofradía no es homogéneo, sino que situó entre los 9.000 y los 76.000€, en función del número de tronos, bandas, adornos florales y la presencia, o no, de militares en sus cortejos. Pero, de media, una salida procesional de 2 tronos y 3 bandas musicales costó unos 26.000€.

Además, estudió otros gastos que tienen las cofradías y que, a precios del 2013, fueron:

- α Las **flores**, que variaron entre los 600 y los 2.500€ en los arreglos florales de un trono de un Cristo, a los entre 4.000 y 6.000€ que conlleva una Virgen.
- α Las **velas** de los nazarenos penitentes y los tronos, que abarcaron desde los 2.000 a los 6.000€.
- α Las **bandas de música**. Durante la SS del 2013 (y sin contar los traslados) fueron necesarias 107 bandas, por lo que desfilaron 47 bandas diferentes llegadas de distintos puntos de Andalucía y algunos otros puntos de la península. Los precios oscilaron de Domingo de Ramos a Miércoles Santo entre 1.800 y 3.000€, subiendo Jueves y Viernes Santo hasta la horquilla de 2.800 a 5.500€.
- α **Presencia de militares**. Estos gastos ascendieron a unos 110€ (Ferrari, M., Castillo I. A., 2009) por cada militar que acudió, pero suelen ser gastos compartidos entre cofradías: por ejemplo, Mena y Sepulcro comparten gastos por la Marina Española y a su vez Mena comparte con sus homólogas en Vélez y Alhaurín de la Torre los gastos de La Legión. Aunque desde 2010, la Marina ha dejado de participar en los desfiles por “falta de voluntarios”.
- α **Limpieza de túnicas y capiotes**: Dependiendo de la cantidad de túnicas y el tejido en el que estén confeccionadas (las más caras de limpiar son las de

terciopelo, seguidas de las de damasco) el gasto osciló entre 1.000 y 3.500€ por cada cofradía.

Decir que estos costes han podido subir los últimos años, pero cómo las Cofradías no quieren exponer sus gastos de forma pública, no sabemos cuánto han aumentado.

Con parte de lo recaudado por los abonos de sillas y tribunas, se crea un fondo que sirve como **subvención** que entrega la Agrupación a cada cofradía agrupada. Esta ayuda es de 6.500€ más 5.000€ por cada trono que sale a la calle, por lo que la mayoría recibe 16.500€. Las excepciones son las cofradías con un solo trono, que perciben 11.500€ y Fusionadas, la única que saca en procesión 5, recibe 26.500€ en total (Escalera A., 2013).

Por otra parte, las hermandades cuentan con su propia **fuentes de financiación interna** gracias a las aportaciones de sus hermanos. Estas aportaciones son: las cuotas anuales, que suelen oscilar entre los 18 y 30€ al año, los salidas procesionales (de forma orientativa: nazareno 20-30€, portadores 20-50€, mayordomos y otros cargos 40-100€), las salidas extraordinarias y donaciones para sufragar nuevos enseres (Escalera A., 2013).

Aunque he de decir que la totalidad de estos ingresos no se quedan en las Cofradías, sino que revierten en la ciudad en todos los gastos arriba mencionados, como también en **artistas** que crean nuevos tronos, sayas o marchas musicales, y en diversas **obras de caridad** como son comedores sociales o el economato de la Fundación Corinto.

Todo esto genera una gran actividad económica en la provincia y un aumento de los empleos durante esa semana, ya que se necesitan acomodadores, montadores, transportistas, aumento de los cuerpos de seguridad y refuerzos en hostelería.

EL MERCADO DE LA SEMANA SANTA

Podemos considerar la *Semana Santa de Málaga* como un mercado con un gran potencial en el que se pueden distinguir distintos roles y grados de implicación, pero en cualquier caso podemos considerar que supone un nicho de mercado de gran interés en nuestra ciudad por el gran potencial turístico, cultural y económico que posee.

Una forma interesante de estudiar el mercado de la SSM podría ser segmentando de forma secuencial a los consumidores según su nivel de implicación en ésta. De esta forma, nos quedaría una jerarquía de 4 niveles, siendo el círculo central el sector que más se implica en la vida cofrade de Málaga, y cuánto más nos vamos alejando del centro, menos. Podemos ver esto representado en el siguiente esquema:

1. **Personas que hacen posible la**

Semana Santa (Juntas de Gobierno, Albacerías, Agrupación de Cofradías...).

2. **Personas que participan**

activamente (nazarenos, portadores...) en la SSM.

3. **Malagueños** a los que les gusta o sienten devoción pero **no participan** de forma activa en ninguna procesión.

4. **Turismo** (viene por interés cultural o artístico).



Podemos ver esto de forma más clara si cuantificamos cuánta gente participa de forma activa en ella:



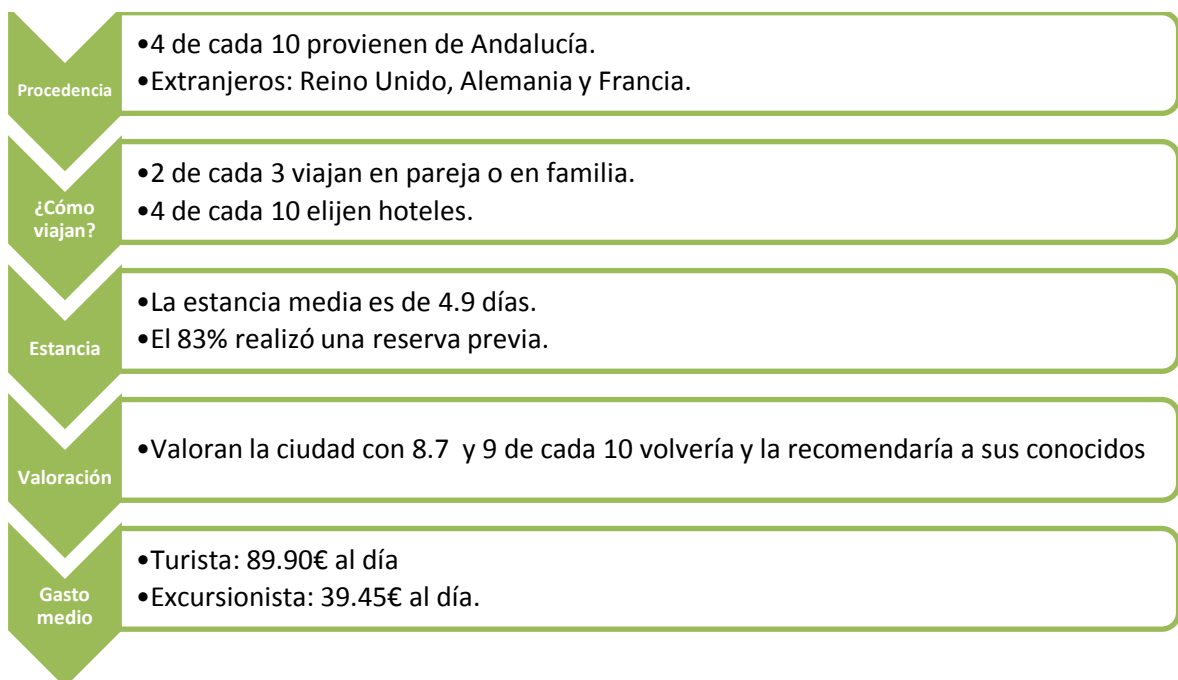
- Fuente: elaboración propia a partir de las estadísticas de la aplicación iCofrade Año 2016 -

Por otro lado, gracias al estudio *del Impacto turístico y económico de la Semana Santa en Málaga* (2014) podemos cuantificar cuánta gente acudió¹ a ver los desfiles procesionales. Una media diaria de 19.500 turistas, que hace un total de 156.000, más un total de 167.000 excursionistas y 764.000 malagueños, hacen un **total de 1.087.000 personas que visitaron la SSM.**



-Elaboración propia. Fuente: Ayto Málaga (2014)-

Algunos datos (Ayuntamiento de Málaga, 2014) interesantes que podemos comentar sobre el turista que nos visita son:



¹ Fuente de los datos: **Impacto turístico y económico de la SSM**, Ayuntamiento de Málaga, 2014.

LA SS COMO PRODUCTO TURÍSTICO

Para este trabajo vamos a tomar como producto el analizado en “*Análisis del potencial turístico de la Semana Santa de Málaga*”² en el que tratan el producto no como uno solo, sino como una gama de productos a través de la siguiente categorización:

1. Si son de carácter **periódico** o **extraordinario**.
2. Si pueden ser **visitados en cualquier momento del año** o solo pueden verse en **momentos puntuales**.
3. Si son actos **de carácter público** o **privado**.
4. Y según el **lugar dónde se llevan a cabo las actividades**: pueden ser que se realicen en un lugar concreto o sean itinerantes.

A través de todo este estudio podemos concluir que, combinando estas cuatro variables junto con la segmentación del mercado realizada en dicho estudio (Público general, Mundo cofrade, Población local y Privado), tenemos 7 tipos de productos, con lo cual no podemos decir que la SSM sea un único producto, sino un conjunto de productos que no se quedan sólo en Cuaresma, sino que se reparten durante todo el año.

- α Salidas procesionales de carácter periódico.
- α Salidas procesionales de carácter extraordinario.
- α Museos, Casas Hermandades e Iglesias.
- α Talleres y artesanía.
- α Actos o eventos públicos de carácter periódico.
- α Actos o eventos públicos de carácter esporádico.
- α Actos o eventos privados.

Al ser el último de carácter privado, quedaría fuera de la consideración de producto, por lo que finalmente podríamos decir que tenemos una **gama de 6 productos**.

² Alcázar B., González E. y Urbistondo P. Realizado en 2010.

Campañas de promoción turística de la SS

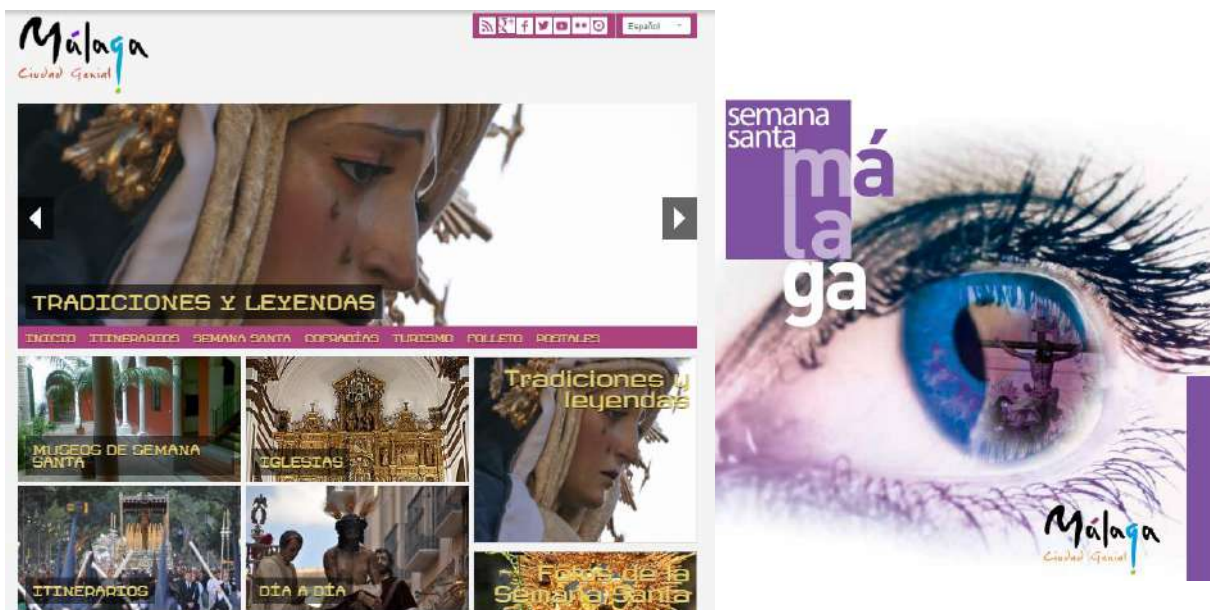
Viendo el gran potencial que tiene esta gama de productos, es lógico pensar que los organismos oficiales la usen como reclamo en sus campañas de marketing turístico. A continuación vamos a analizar las existentes en el año 2016.

Ayuntamiento de Málaga

α Web: malagaturismo.com. Dispone de una web³ específica solo con información de la Semana Santa de Málaga capital.

En su web incluye información general sobre la Semana Santa y en la página específica incluye información más extensa: historia, rutas, desglose de las cofradías, iglesias, leyendas...

Incluye también un folleto que podemos descargar en formato pdf. En sus 16 páginas encontraremos información sobre los mejores momentos para ver cada cofradía, recomendaciones sobre la gastronomía de la capital y algunos apuntes curiosos como la leyenda de Zamarrilla o la liberación del preso por parte de El Rico.



Considero que estas acciones son escasas y no están dirigidas a un turista que busca qué hacer o qué ver en Málaga, ya que no están enfocadas de forma que se encuentren con facilidad, ni siquiera están fácilmente accesibles al segmento que ya conoce la SSM.

³ Enlace al site específico: <http://www.malagaturismo.com/es/site/semanasanta/>

Diputación de Málaga

α Web: VisitaCostadelSol.com

Contiene información sobre los diferentes eventos que se realizan en SS en todos los pueblos de la Costa del Sol. Asimismo, cuenta con publicidad de algunos establecimientos y un buscador de alojamiento en la provincia. Son los



Vive la Semana Santa en Málaga - Costa del Sol



3.715 visualizaciones

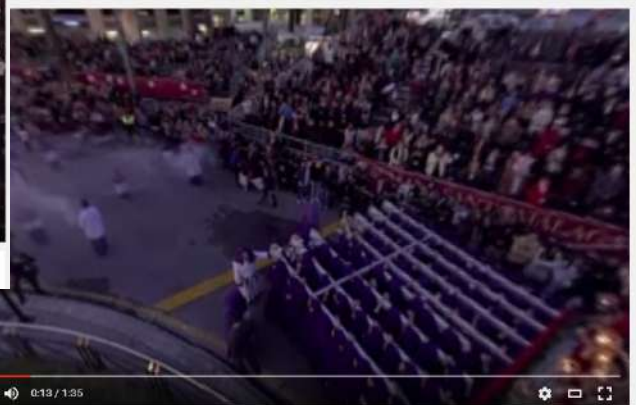
creadores del vídeo *Vive la Semana Santa en Málaga - Costa del Sol*⁴, aunque este vídeo no cuenta con una campaña de comunicación que lo respalde. Incluso está puesto como privado en el perfil de Youtube de *visitacostadelsol*.

La página web en sí tiene bastante información sobre las diferentes cofradías, como por ejemplo sus datos de contacto, teléfono, redes sociales, la dirección, un mapa y fotos de los titulares. También cuelga noticias de interés como pregones, actos, exposiciones... Que podemos agregar a un planificador personal llamado “Tu itinerario” que te permite organizar tu viaje a la Costa del Sol.

Además, en su perfil de Youtube tiene más videos sobre la SS de Málaga y provincia, algunos ejemplos son los siguientes:



Costa del Sol - Málaga. Time-lapse Semana Santa de Málaga



Costa del Sol - Málaga. Teaser Semana Santa 360

⁴ Enlace al vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=JZEYvlvmMI>

En mi opinión, todo el contenido creado por la Diputación es de una alta calidad, pero no cuenta con una campaña que lo respalde y que sirva realmente como promoción turística de la SSM, y sirva para dar a conocer esta parte de nuestro patrimonio cultural y artístico.

Ministerio de Industria, Energía y Turismo (Turespaña)

α Web: Spain.info

Solo da información general como las fechas de la SS. Para más información aporta el link de la página web de turismo del Ayuntamiento de Málaga.

Esta página ofrece una información nula, ya que lo único que nos facilita es la fecha en que cae la SS.

Junta de Andalucía

α Web: Andalucía.org

Ofrece poca información sobre la SSM, en su web sólo encontramos algunas noticias de eventos que tuvieron lugar durante esa semana.



Exposición "Semana Santa en miniaturas"
Evento
Municipio: Estepona
Provincia: Málaga
Semana Santa de Estepona. Se trata de una exposición en miniaturas de maquetas, tronos y nazarenos.

Exposición "Visiones de la Semana Santa de Málaga"
Evento
Municipio: Málaga
Provincia: Málaga
Semana Santa Dentro del programa se enmarca la exposición fotográfica "Visiones de la Semana Santa de Málaga" que presenta los instantáneos de los artistas Carmen Fra...

Concierto de música de Semana Santa "Giochiamo trío"
Evento
Municipio: Málaga
Provincia: Málaga
Semana Santa en Museo Albarania Aula del Mar "Giochiamo trío" Víctor López Rodríguez: Piano José Guerrero Martín: Saxofón. Francisco José Fern&acc...

Turismo de Andalucía tampoco hace ningún tipo de campaña de promoción o para dar a conocer la SSM. En su web no ofrece apenas ninguna información útil para el turista, ya que incluso borra el contenido de la agenda de eventos.

Feria Internacional de Turismo (FITUR)

Algunos de los actos que se llevan a cabo en el stand del Ayuntamiento de Málaga, y organizadas por la Agrupación de Cofradías, son la presentación del cartel oficial de la SS de ese año, la presentación de carteles y vídeos de otros actos extraordinarios como pudieron ser el Centenario de la Cofradía de Mena y la Coronación Canónica del Rocío (2015), o la Coronación Canónica de la Virgen de la Soledad de Mena y un vídeo dónde aparecían todas las cofradías malagueñas para darlas a conocer (2016).

Otros años se han llevado a cabo actividades como la realización de una pintura del Cristo de la Buena Muerte en su trono de la Mano del pintor José Rando Soto.



A mi parecer, lo que se está llevando a cabo en Fitur está bien, pero resulta escaso. No sólo deberíamos estar en esta feria de turismo, sino también en otras como la de Berlín. No sólo como herramienta de promoción turística para que acudan más turistas durante la SS, sino como forma de dar a conocer esta parte de nuestro arte y cultura, que puede ser visitado durante todo el año en iglesias y casas hermandad.



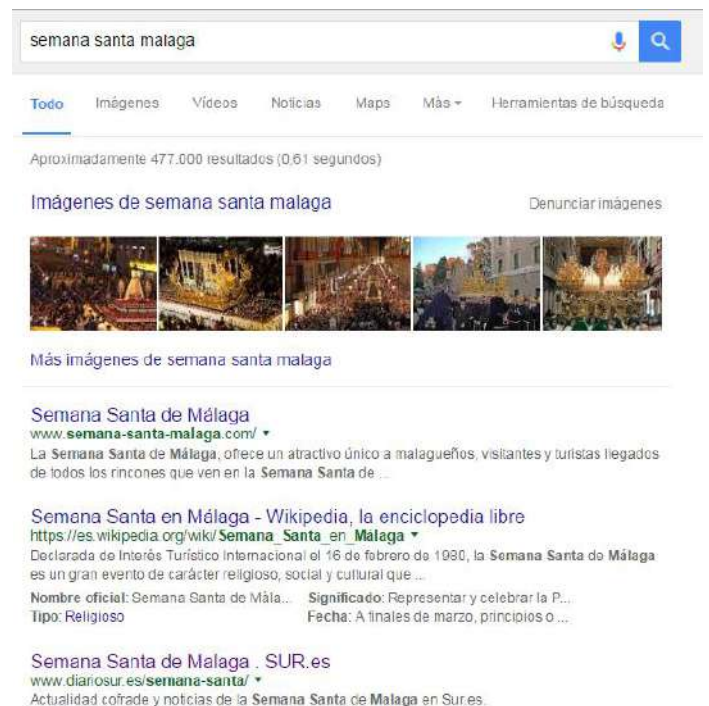
Posicionamiento online

La forma más sencilla para acceder a información sobre la SSM es internet. Ya hemos visto que existe mucha y variada información en diferentes portales web y periódicos, pero no sabemos cómo de accesible es esa información para el público que, al no ser malagueño, no conoce estos portales para buscarlos. Por ello, vamos a realizar un estudio sobre si existe posicionamiento o no en internet.

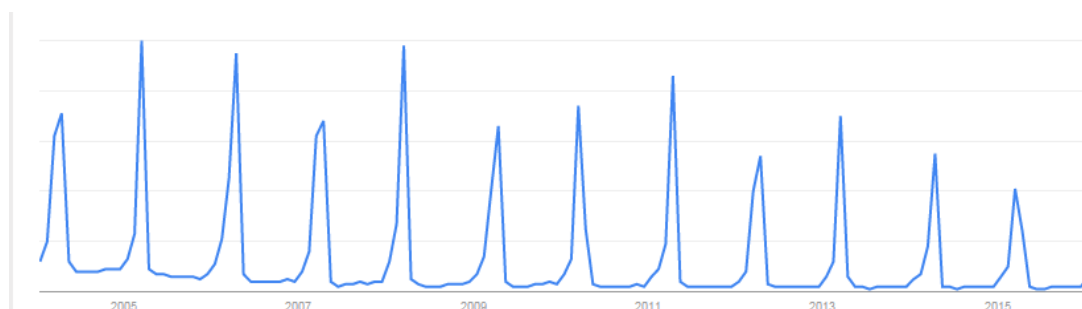
La lista de **keywords** que hemos estudiado es:

- α Semana Santa Málaga
- α Semana Santa Costa del Sol
- α Holy week Málaga
- α Holy week Costa del Sol

Como podemos apreciar en la imagen, no existe posicionamiento ni SEO ni SEM, ya que el primero periódico que aparece es Diario Sur, y ellos mismos nos han confirmado que no realizan ningún esfuerzo en mejorar su SEO, ya que la cantidad de noticias publicadas los mantienen en la primera página, aunque no en el primer puesto, como podemos comprobar en la imagen.

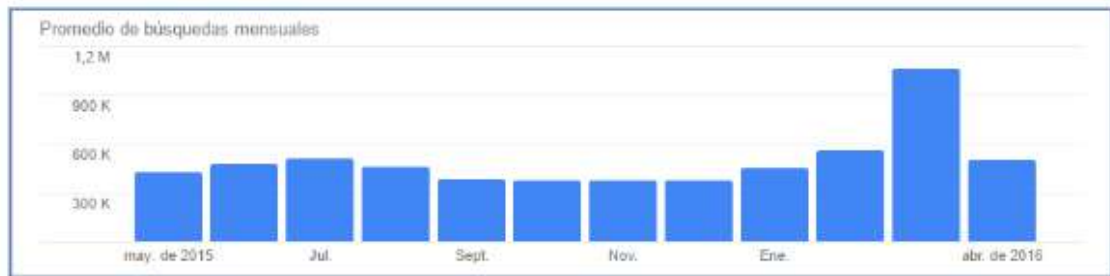


También podemos ver que la tendencia de búsqueda de los usuarios usando el término *Semana Santa Málaga* en Google Trends se repite año tras año.

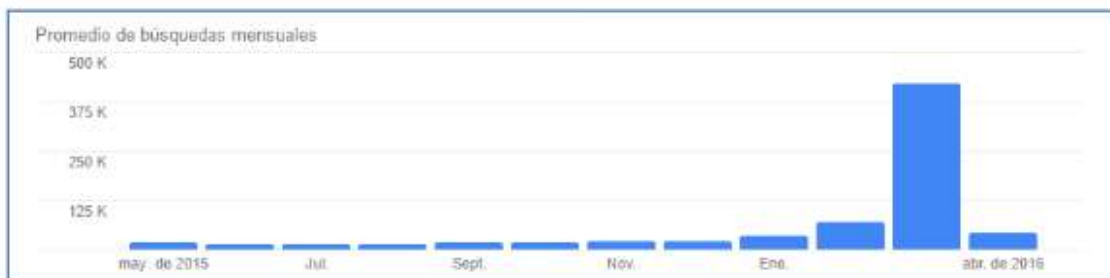


- Fuente del gráfico: Google Trends, 2016 -

Si hacemos un estudio de las palabras clave *Semana Santa Málaga* y *Semana Santa Costa del Sol*, vemos que el interés aumenta drásticamente en las semanas previas a la SS y durante ésta, y además, la competencia es baja, por lo que aparte de invertir en posicionamiento SEO durante todo el año, estas semanas serían un buen momento para invertir en SEM, ya que por una inversión baja se va a conseguir una alta visibilidad.



- Palabras claves: *Semana Santa Málaga, Semana santa Costa del Sol*. Ubicación: España -
Fuente: Google Analytics, 2016



- Palabras claves: *Holy week Málaga, holy week costa del sol*. Ubicación todos los países -
Fuente: Google Analytics, 2016

Keyword	Promedio de búsquedas	Competencia	Puja en euros
Semana Santa	33100	0,00%	0,03 €
Semana Santa Málaga	4400	1,00%	0,02 €
Semana Santa Costa del Sol	10	27,00%	nd

LA INDUSTRIA COFRADE

Son muchos los sectores que, aunque no lo parezcan, se benefician económicamente de la Semana Santa. Hoteles, restaurantes, agencias de viajes... Esos son en los primeros que pensamos cuando nos preguntamos quién obtiene beneficios en Semana Santa; pero no podemos olvidar los talleres de artesanía, los cereros, sastres, imprentas, la familia que obtiene un permiso para poner un *carrito de chuches* o de patatas asadas, e incluso particulares que tienen un balcón en un lugar estratégico y lo alquilan.

Al ser tantas, vamos a exponer un listado de empresas y marcas clasificadas por su sector de actividad que se benefician de la SSM, agregando, en el caso de que existan, las campañas y gráficas creadas para tal fin:

A continuación vamos a tratar los principales sectores y empresas implicadas, así como en qué medida están siendo afectadas por la Semana Santa o están utilizando a ésta como elemento dentro de su estrategia de marketing.

Productos específicos de la Semana Santa

Vamos a considerar *productos específicos* aquellos que solo se dan durante esta semana, como puede ser el alquiler de las sillas del recorrido oficial o los itinerarios con los recorridos procesionales.

Sillas y tribunas

La Agrupación de Cofradías pone a disposición del público general abonos para sillas a lo largo del recorrido oficial (Alameda Principal, Rotonda Marqués de Larios, Calle Larios y Calle Granada). Estos abonos se compran para toda la semana, y dado que existe una alta demanda de abonos pero se ven huecos libres en las sillas durante toda la semana, la Agrupación ha implantado un nuevo sistema que permite que los abonados que no van a utilizar sus sillas durante alguna jornada la pongan a disposición de personas que las quieran recuperando la parte proporcional de los días que hayan sido alquiladas. Existen unas 20.000 localidades en total, que suman una

recaudación de aproximadamente 1.4 millones de euros, en palabras del Presidente de la Agrupación de Cofradías. Los precios oficiales de los abonos de sillas y tribunas por zonas se encuentran en el Anexo 2.



Tribuna oficial

En esta tribuna se sientan mediante invitación personalidades malagueñas como el Alcalde o los presidentes de las cofradías y de la Agrupación. El resto de localidades también salen a la venta como abonos semanales con el mismo funcionamiento que el de las sillas.



Balcones

Los balcones pertenecen a hoteles o particulares (domicilios, oficinas...) que los ponen en alquiler a otros particulares, empresas o incluso Cofradías. No se limitan solo al recorrido oficial, sino que también están en otros puntos importantes de la SS malagueña como puede ser Calle Carretería o la zona de la Tribuna de los Pobres.

Estos balcones se ponen en alquiler normalmente a través de páginas web c2c como Wallpop, Milanuncios, Vibbo (antes conocido como Segundamano) o la web especializada en balcones mybalcony.

Los precios varían en función del lugar dónde se sitúe el balcón, los días y los servicios extra de que dispone el lugar, como por ejemplo cocina, o la posibilidad de contratar un catering para la ocasión. Los más caros, situados a lo largo del recorrido oficial y la Doble Curva, pueden rondar los 1.700€ el día. En un nivel inferior de precios, está la

zona de la Plaza Uncibay, Carretería o la Tribuna de los Pobres, donde los precios pueden rebajarse hasta los 900€ (Castillo I., 2012).



Mybalcony en TVE 14.04.2014 Informativo 21h

¿CÓMO FUNCIONA?

- ELIGE LA FIESTA QUE QUIERAS
- BUSCA EL BALCÓN QUE MÁS TE GUSTE
- COMPRUEBA LA DISPONIBILIDAD DE PLAZAS
- SI NO ESTÁ DISPONIBLE PREGUNTA AL ANFITRIÓN
- ¡RESERVA YA!

[Consulta nuestra FAQ](#)



mybalcony.com

Iniciar Sesión Registrarse Publica tu balcón

Encuentra tu Balcón

DOS BALCONES ÚNICOS JUNTO A LA TRIBUNA OFICIAL
 ★★★★★ COD SSM 01
 Situado en pleno corazón de la ciudad, en un enclave privilegiado, junto a la Tribuna Oficial, este [...] Plaza Constitución, Planta 3ª

BALCONES + EXPERIENCIA GASTRONÓMICA EN PRIMERA PLANTA EN LA DOBLE CURVA
 ★★★★★ COD SSM 03
 Se trata de un espacio-salón donde el cliente podrá disfrutar de una cena estupenda y con solo esome [...] Calle Granada, Planta 1ª

Filtra tu búsqueda

Evento: Semana Santa de Málaga

Tipo de Balcón: - Cualquiera -

Aforo Balcón:

Indicar aforo con número

Servicios disponibles: Selecciona Opciones

No selecciones ninguno para indicar "cuilquiera"

- mybalcony, portal c2c especializado en el alquiler de balcones entre particulares -

Itinerarios

Los itinerarios son un clásico de la SS. Los hay de muchos tipos, desde los que solo tienen un esquema con los horarios de las cofradías, a otros más elaborados con información extra de cualquier tipo. Estos pueden ser editados por una sola empresa o por un grupo, incluyendo publicidad de todas las empresas que han participado en el gasto de impresión del itinerario. En el anexo 3 encontramos algunos ejemplos de gráficas publicitarias de itinerarios (junto a las de revistas de especialización cofrade).

En este trabajo partimos de una muestra de 41 itinerarios de 2016 y, a los que vamos a clasificar de dos formas: en función de su formato y según su editor.



α Según su **formato**:

- **Libro guía:** incluye itinerarios de las cofradías de Málaga y provincia, información sobre las mismas (color de las túnicas, número de nazarenos, bandas de música), y momentos más relevantes de cada salida procesional, entre otros. En el caso del itinerario editado por el consorcio, incluye también los horarios de transporte municipal.
 - Muestra: 3.
- **Libro:** incluye información sobre las cofradías (tanto agrupadas cómo no) de Málaga capital, horarios e itinerarios de traslados y salidas procesionales y, en algunos casos, otras informaciones de interés como estrenos, bandas de música...
 - Muestra: 1.
- **Itinerarios + traslados:** en algunos casos incluye las no agrupadas y alguna otra información adicional.
 - Muestra: 3.
- **Itinerarios:** simplemente incluyen de forma resumida todos los recorridos procesionales de las Cofradías agrupadas.
 - Muestra: 31.
- **Itinerarios + extra:** aparte de los itinerarios incluye información sobre un tema específico.
 - Muestra: 2.
- **Traslados.**
 - Muestra: 1.

α Quiénes lo **editan**:

- **Medios de comunicación:** Mi propio sentir, PTV Málaga, Pasión del Sur (Diario Sur), Al hombro (Onda Cero) ...
- **Empresas municipales:** Consorcio de Transporte Metropolitano.
- **Empresas en solitario:** Madese (Red de Estaciones de Servicio), Casa Aranda, CSi·F, masprint, La Caja Cofrade, NH hoteles, El Colmenero de Alhaurín, Famadesa, Krauel abogados...
- **Grupo de empresas:** por ejemplo, un grupo de empresarios de la zona de Calle Cristo de la Epidemia.

Muchas son las implicaciones económicas que tienen los itinerarios en sus distintos formatos. Imprentas, diseñadores, agencias y productores de éstos reciben ingresos bien por su realización, bien por la publicidad que incorporan en ellos.

La Caja Cofrade de Málaga

Estrenada por primera vez en la cuaresma de 2016, es una experiencia audiovisual multivisión 360º que cuenta una historia de un abuelo y su nieta mientras imágenes de la SSM se proyectan en 4 pantallas mientras como banda sonora tenemos las marchas musicales que acompañan a cada imagen en sus salidas procesionales. Este espectáculo estuvo instalado en la sede de la Agrupación de Cofradías durante la Cuaresma, y las entradas tenían un precio de 3€ (existiendo una tarifa especial y para grupos de 2€).



Estampas

Muchas cofradías imprimen pequeñas estampas que regalan durante su salida procesional a las personas que se las piden. Esto, como es de suponer, genera beneficios en imprentas de la ciudad.

Pulseras

Muchas son las Cofradías que ven en las pulseritas una forma de recaudar algunos beneficios extra a la vez que crean un recuerdo de los titulares de la Cofradía o de algún acontecimiento especial como una coronación o aniversario.

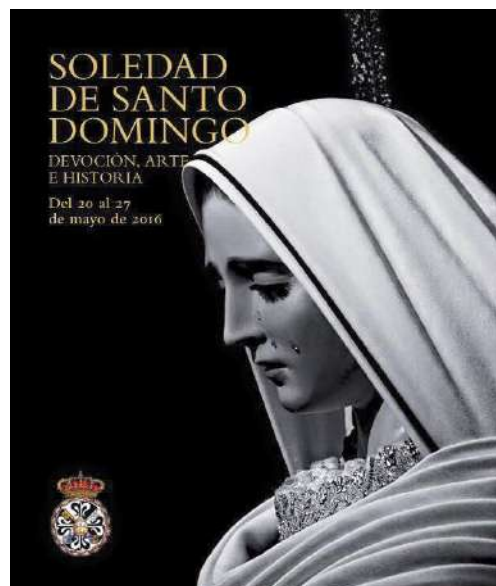
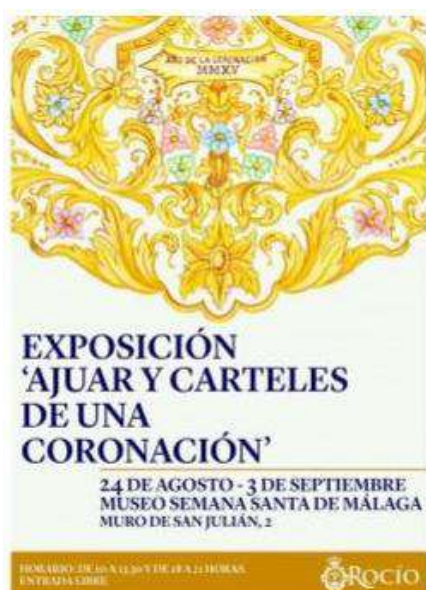


Museo de la Semana Santa

Inaugurado en 2010, e instalado en el Antiguo Hospital de San Julián, distribuye en 7 salas un recorrido por la historia y evolución de la SSM con una exposición de 150 obras divididas en 6 bloques temáticos diferenciados:

- α Iglesia de San Julián: historia del edificio, así como un repaso a otros edificios utilizados para la caridad cristiana.
- α Historia de las Cofradías: recorrido sobre la historia de las cofradías malagueñas en dos periodos: desde el siglo XV hasta 1921 y desde esta fecha hasta nuestros días.
- α La imagen procesional: aspectos interesantes relacionados con las imágenes procesionales destacando el oficio de imaginero.
- α Exposición de carteles oficiales de la SSM.
- α Ajuar de las imágenes: espacio dedicado al bordado y a la orfebrería donde admirar una representación de piezas que visten y adornan a las imágenes que salen en procesión en la SSM.
- α La procesión: en esta sala se puede explica cómo se estructura una procesión, cómo se llama cada parte y qué función tiene cada una.

Curiosamente, actualmente el museo permanece cerrado, y solo se abre para ocasiones especiales, como coronaciones canónicas, en las que se han realizado **exposiciones temporales** con el ajuar de la Virgen que vaya a ser coronada. Otras exposiciones han sido sobre los sayones (personajes secundarios en los tronos), o por el 400 aniversario de de la fundación de la Cofradía de Viñeros.



Además, durante febrero, marzo y abril, este museo también ha acogido una **exposición de Playmobil** a beneficio de la Asociación de Voluntarios de Oncología Infantil (AVOI) del Hospital Materno-Infantil de Málaga. Esta exposición, formada por más de 2000 piezas, representa escenas de la SSM con recreaciones de la coronación de la Virgen del Rocío, el culto extraordinario realizado por la Congregación de Mena en la Catedral, las procesiones de Crucifixión, Cautivo, Huerto, Esperanza o Sangre y, en una recreación del Muelle 1 podemos ver el desembarco de la Legión en el Puerto para proceder al traslado del Cristo de la Buena Muerte. Todas estas imágenes cofrades se intercalan con vikingos y piratas, fondos marinos, una ciudad azteca, las cocinas de MasterChef Junior, un entrenamiento del Málaga CF y el aeropuerto de Málaga, entre otros.



-Representación del trono de La Puente, Coronación del Rocío, cultos en la Catedral a Mena y desembarco de la Legión-

Transporte

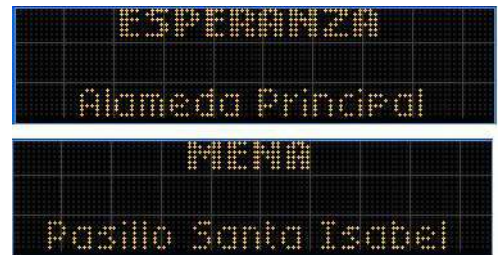
Consortio de Transporte Metropolitano del Área de Málaga

Realiza ampliaciones en sus horarios y cambios en las paradas para adaptarse a la SSM, como informan en su página web⁵ tanto de las líneas de autobuses interurbanos como en las líneas de Metro.

Además pone a disposición del público toda la información relativa a la SS de los municipios del Área de Málaga (Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Almogía, Álora, Benalmádena, Cártama, Casabermeja, Colmenar, Málaga, Mijas, Pizarra, Rincón de la Victoria y Totalán) en un itinerario que puedes descargar en formato PDF o bien conseguir de forma física en algunos establecimientos.

Empresa Malagueña de Transportes (EMT)

En 2016, bajo la campaña “*Esta Semana Santa evita tentaciones*”, la EMT aumentó en un número de 400000 las plazas de autobús existentes en la capital para atender la alta demanda de la Semana Santa, en la que se espera superar el millón trescientas mil personas transportadas⁶. También prolongó la hora de la última salida de las líneas (hasta una hora después de que la última procesión pase por la Tribuna Oficial), a las que ha reorganizado en 7 nuevos puntos para no colapsar la zona centro.



- Cartel de la campaña de la EMT y pantallas de geolocalización que la EMT dispondrá en la capital -

⁵ Fuente de la información: <http://www.ctmam.es/modificaciones-en-paradas-y-lineas-durante-los-recorridos-procesionales-de-semana-santa-2/> y <http://www.ctmam.es/todo-la-semana-santa-2016-del-area-de-malaga-en-un-click/>

⁶ Fuente: <http://emtsam.org/blog/?p=330>

Además, entre marquesinas de autobús y otros paneles instalados en los principales cruces y calles de la ciudad (como Calle Larios, Alameda, Plaza del Carbón, Plaza Uncibay, Tribuna de los Pobres, Tejón y Rodríguez, Tribuna Oficial o Puerta del Mar, entre otros) existirán 200 puntos informativos con la ubicación real de cada cofradía en la vía pública. Además, compartirá esta información en Twitter y Facebook, y también servirá para dar servicio a multitud de aplicaciones móviles que podrán acceder a esta señal GPS para incluir esta información de geolocalización en ellas. Esto es posible gracias a unos pequeños dispositivos del tamaño de un teléfono móvil que se ubican cerca de la Cruz Guía, normalmente llevándolos este mismo nazareno en el bolsillo gracias a su pequeño tamaño. También dará este servicio vía sms, con sólo enviar la palabra TRONOS al 217213; y por WhatsApp, en el número 665 600 000, solucionará dudas sobre desplazamientos y cambios de línea.

A través de su página web, también han dado información sobre todos los cambios de línea día a día de la semana, con las líneas que prolongan sus servicios, mapas con las nuevas paradas, etc⁷.

Sociedad municipal de aparcamientos y servicios de Málaga (SMASSA)

La Sociedad Municipal de Aparcamientos preparó en SS un dispositivo especial de **6800 plazas de aparcamiento** con el que se pretendía paliar la demanda sin afectar a los recorridos procesionales. Para esto, se lanzaron abonos de 30 y 40 euros para aparcar en los aparcamientos públicos de calle Camas y Tejón y Rodríguez. Para estos aparcamientos existen dos modalidades de abonos: desde las 15:00 horas hasta las 8:00 horas del día siguiente, por un importe de 35 euros y abonos 24horas, por importe de 40 euros⁸.

En total, las plazas en aparcamientos públicos son 5.111, habilitándose las 1.700 restantes en el puerto, en la zona de San Andrés.

También reordena las **paradas de taxis** de la zona centro, reubicando algunas, reforzando otras, para dar solución al volumen de gente que demanda taxis esos días.

⁷ Fuente de la información: <http://emtsam.org/blog/?p=361>

⁸ Fuente de la noticia: <http://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2016/02/12/bonos-35-euros-aparcar-centro/828517.html> y <http://www.20minutos.es/noticia/1015543/0/>

Artesanos

Otro sector que se mantiene gracias a la SS, es el de los artesanos. Existen en Málaga bordadores, escultores, doradores, músicos... Que se dedican exclusivamente al mundo del arte sacro. Algunos de estos talleres están también disponibles para ser visitados por aquellos que tengan curiosidad en saber cómo se desarrollan estas obras, con lo cual podrían usarse también como reclamo turístico.

Algunos de los **talleres de bordado** disponibles para su visita son el de Juan Rosén, Joaquín Salcedo y Salvador Oliver. Otros bordadores que pueden adaptarse a las visitas son Sebastián Marchante, Manuel Mendoza, José Miguel Moreno y Felicitación Gaviero.

En Málaga también contamos con escultores de la talla de Juan Vega Ortega, José M^a Ruiz Montes, Raúl Trillo, Juan Manuel García Palomo y Manuel Toledano y doradores como Rafael Ruiz Liébana y Salvador Llamas. Aunque podría ser interesante conocer como son los **talleres de escultores y doradores**, éstos no están preparados para ser visitados.

Otro sector importante es el de los **pintores**, ya que estos son los creadores de los carteles que conmemoran tanto actos propios de cada cofradía como la SS en general. Algunos pintores que se mueven en el ámbito malagueño son Eugenio Chicano, José Rando Soto, Raúl Berzosa, Félix Revello de Toro o Francisco Naranjo.

También destacar la presencia de **sastres**, que hacen tanto sayas para Vírgenes y túnicas para Cristos, como las distintas túnicas y capirotos que usan los nazarenos, monaguillos, dalmáticas...

Los **floristas**, también tienen un gran mercado en todos estos actos. Tronos, capillas, triduos e incluso un manto está hecho de flores (Virgen de las Penas)... En toda celebración cofrade la decoración son flores, y existen verdaderos artistas.

Bandas de música

Y por último, las **bandas de música**. Aunque no funcionan únicamente en SS, sí es algo completamente necesario para que la SS funcione como la entendemos hoy en día. Cada Cofradía lleva 2 o 3 bandas de música en cualquiera de sus versiones (Capilla Musical, Banda de Cornetas y Tambores, Asociación musical, Unión Musical...), que hacen un total de 107 bandas en la calle (43 distintas). Muchas Cofradías crean sus propias bandas de música, con lo que de esa forma también ayudan a expandir la cultura musical. Como hemos dicho en apartados anteriores, la horquilla de precios oscila entre 1.800 y 3.000€ de Domingo de Ramos a Miércoles Santo, subiendo el caché Jueves y Viernes Santo hasta entre de 2.800 a 5.500€ (Escalera, 2013).

Campañas específicas para la Semana Santa

En este grupo englobaremos todas aquellas campañas creadas por organismos privados (las creadas por entes públicos y oficiales ya se han visto anteriormente) que, aunque pertenezcan a otro sector de esta lista, tienen como objeto central la Semana Santa y la usan en sus campañas promocionales o publicitarias.

Café Santa Cristina

Lleva varios años realizando un sorteo de sillas y balcones entre sus clientes⁹.



⁹ Fuente: <http://www.productosdelcafe.com/cafessantacristina/nazareno-anual.html>

Regalamos
24 PLAZAS DOBLES
en un BALCÓN

20 ABONOS DOBLES
de SILLAS
para ver las procesiones
en el mejor sitio

CAFÉS SANTA CRISTINA
el gusto por lo nuestro

LA MEJOR SEMANA SANTA DE TU VIDA

Este año vas a disfrutar de la Semana Santa como nunca. Puedes conseguir un abono doble de sillas para toda la Semana Santa o dos plazas en un balcón para disfrutar de las procesiones un día de la semana ¡con cena incluida!
No te vas a perder ni un detalle.

CONSIGUE UNA PLAZA DOBLE VIP EN NUESTRO BALCÓN O UN ABONO DOBLE DE SILLAS

Conseguirlos es así de fácil:

- Para optar al balcón: envía 3 envoltorios completados de cualquier cantidad de Cafés Santa

SANTA CRISTINA DESDE 1954 | CAFÉ SABOR Y SABER | EL CAFÉ EN MÁLAGA | PRODUCTOS | PROMOCIONES | RECETAS | SALA PRUEBA | CONTACTO

Café Saimaza

Este año sorteó 1 entrada doble para un día en el balcón Saimaza en Málaga o Sevilla con un total de 38 ganadores¹⁰. La mecánica del sorteo consistía en comprar 3 productos Saimaza (café molido o capsulas) en el mismo ticket de compra y con ese ticket podías entrar en el sorteo. Se ha creado una página web específica para este fin.

Al finalizar el sorteo han subido a su página web fotos de los mejores momentos.

Vive la Semana Santa desde el balcón Saimaza

Gana 1 entrada doble para un día en Sevilla o Málaga y celebra la pasión de la Semana Santa en un lugar privilegiado.

Participa comprando 3 packs de café molido y/o cápsulas Saimaza en el mismo ticket de compra.

Participa

SORTEAMOS 38 ENTRADAS DOBLES PARA QUE VIVAS UN DÍA DE LA SEMANA SANTA EN EL BALCÓN SAIMAZA

BALCÓN SAIMAZA SEVILLA
25 Entradas Dobles

Vive un día de la Semana Santa en el balcón Saimaza situado en la Avenida Constitución. Se cantarán 2 saetas en el balcón principal al paso de la cofradía y se servirá un almuerzo con bebidas y aperitivo.

Fecha: domingo 20, jueves 24 (no incluye "Madruga"), jueves 24 "Madruga" y viernes 25 (no incluye "Madruga") de marzo de 2016.

BALCÓN SAIMAZA MÁLAGA
13 Entradas Dobles

Vive un día de la Semana Santa en el balcón Saimaza situado en la Plaza Constitución. Se cantarán 2 saetas en el balcón principal al paso de la cofradía y se servirá un almuerzo con bebidas y aperitivo.

Fecha: miércoles 23, jueves 24 y viernes 25 de marzo de 2016.

Nota: En caso de que un ganador no pueda disfrutar de su premio en la fecha asignada perderá el derecho a ese premio, que se otorgará a un suplente.

¹⁰ Fuente: <http://www.elbalcondesaimaza.com/>

Centro Comercial Larios

Este año tiene lugar en sus instalaciones la exposición fotográfica “Paradoja cofrade” a manos de Lorenzo Carnero. Compuesta de 40 fotografías inéditas de este reportero que muestran “aspectos insólitos, costumbristas, coloristas y fascinantes” de nuestra Semana Santa.



Bodega El Pimpi

El Pimpi siempre está a favor de cualquier iniciativa malagueña ya sea solidaria, festiva o cultura, por lo que siempre celebra todas las fiestas malagueñas, así que no es extraño ver que crean contenido específico para todas esas ocasiones.



- Ilustraciones creadas con temática cofrade y publicadas en La Saeta (arriba) y en sus redes sociales (abajo) -

Prensa y redes sociales

Después de casi 500 de historia, la SSM fue declarada de interés turístico internacional en 1.980, y desde entonces, y cada vez más, se hace eco en diferentes medios a nivel local, nacional e internacional.

Los medios dónde verdaderamente podemos encontrar una gran cantidad de información tanto durante la SS como durante el resto del año, son los medios locales de la ciudad, con canales como 101tv que tiene un programa semanal de debate y noticias cofrades.

Local

- α **Agrupación de Cofradías:** Edita la revista La Saeta, que tiene dos números anuales con un precio de 10.95€ cada número. Además, este año por primera vez se ha editado una revista de 56 páginas con crónicas de la SSM de este año, a un precio de 3.95€.



-Portadas de La Saeta de los años 2015, 2014, 2011, 2005 y 2001 -

- α **Diario Sur:**
 - ✧ **Artículos especiales**, como por ejemplo, el de 100 curiosidades de la SSM¹¹ o fotos y vídeos en 360º¹².
 - ✧ **Pasión del Sur:** suplemento que se da los miércoles con la edición impresa y que habla de la actualidad cofrade de la provincia.
 - ✧ **Coleccionables**¹³: este año ha habido dos, los **imanes de la SSM** (12 láminas imantadas con imágenes de la SSM, de 8.5x5.5 centímetros a 1€

¹¹ Artículo: <http://semanasanta.diariosur.es/100-curiosidades/>

¹² Fuente: <http://www.diariosur.es/semana-santa/201603/23/fotos-videos-360-20160323201222.html>

cada una) y **fascículos** sobre la SS de los años 80 (“*Una década prodigiosa. La Semana Santa de Málaga de los años 80*”) que se reparten de forma gratuita al comprar la edición impresa. Se dieron durante el mes de febrero y tenían la opción de comprar una carpeta para archivar todos los fascículos.

- ✧ **Postérs** e imágenes de momentos especiales.
- ✧ **Revistas especiales:** durante la SS, se podía adquirir, por 0.99€ los siguientes suplementos:
 - **Domingo de Ramos:** “50 Curiosidades de una procesión malagueña”.
 - **De lunes a viernes Santo:** “*Esencias de Pasión*”. Un recorrido gráfico por las cofradías del Cautivo, Estudiantes, Paloma, Esperanza y Mena.
- ✧ **Cofrades Málaga:** comunidad cofrade de Sur.es donde puedes tener tu propio perfil, subir fotos e interactuar con la comunidad. En este momento, es el portal cofrade más importante de la provincia, con 5.592 miembros, 125.966 fotos y 4.237 vídeos subidos por sus propios miembros¹⁴.



α La Opinión de Málaga:

- ✧ El viernes de Dolores se dio junto la edición impresa un suplemento con información de SS.
- ✧ **La Pasión de Málaga:** El portal cofrade de La Opinión.

¹³ Fuente: <http://www.diariosur.es/semana-santa/201602/12/ofrece-desde-manana-doce-20160216175346-v.html>

¹⁴ Datos aportados por el responsable del portal Cofrades Málaga, Manuel García.

- α **Onda Azul:** durante la SS tiene dos programas: *A pie de trono* y *Málaga Santa*. Para aquellos que prefieran la radio, tienen el programa *Mundo Cofrade*.
- α **Mi Propio Sentir:** revista de actualidad cofrade realizada por la asociación Mi Propio Sentir, a 4.95€ cada número. También editan numerosos libros de itinerarios tanto de SS como de otros eventos extraordinarios como las Coronaciones Canónicas de la Virgen del Rocío o la Soledad de Mena.
- α **Canal Sur:** emite momentos de las SS de toda Andalucía a través de la televisión. En **Canal Sur Radio**, el programa *Bajo Palio* se emite de lunes a viernes.
- α **PTV Málaga:** retransmisiones en directo y reposiciones de la SSM.
- α **Frente a la tribuna:** periódico independiente y gratuito, que se mantiene gracias a las inversiones publicitarias que se hacen en él y que se hace eco de las cofradías malagueñas.



PÓSTER
NUESTRA SEÑORA DE LA SOLEDAD
CONGREGACIÓN DE MENA
 CON MOTIVO DE SU CORONACIÓN CANÓNICA



Conjuga con SUR el póster exclusivo de la Virgen de la Soledad de Mena una vez coronada el 13 de junio de 2016. Una imagen para la historia, recuerdo de un acontecimiento irrepetible.
 Reproducción 240 x 340 mm., en papel.

SUR



Nacional

La SSM es de interés nacional, y diversos medios nacionales se hacen eco de ésta todos los años, como es el caso de Mena, cuyo traslado que es retransmitido en directo en TVE, Antena3 y 13tv. Otros actos que suelen tener repercusión en medios nacionales son el traslado del Cautivo.



Internacional

Aunque de manera muy escasa, la SSM aparece con timidez en medios extranjeros. Por su impacto visual y su relación con el Ejército, la Congregación de Mena ha aparecido en medios de prestigio como el New York Times, el National Geographic de Rusia o el periódico militar estadounidense Stars and Stripes.



Redes Sociales

Las **Redes Sociales** también juegan un papel muy importante tanto en las cofradías como en la SS, ya que permiten una interacción directa con el público.

Las cofradías están utilizando estas nuevas herramientas para informar de actos que se realizan, nuevas adquisiciones, cambios en sus recorridos e incluso dar información de última hora como cambios o cancelaciones durante los recorridos procesionales.

En el anexo 4 se encuentra una tabla con una relación de las distintas RRSS, páginas webs y aplicaciones que poseen las cofradías malagueñas.

Otra de las ventajas que ha supuesto Internet y las Redes Sociales, es la cercanía que crean con el público, y la posibilidad de llevar la SS a cualquier rincón del planeta. Por eso, cada vez más cofradías se unen al uso de estas plataformas. Para dar un ejemplo práctico de ello, Cofrades Málaga y la Cofradía de Mena nos han cedido sus datos en redes sociales para que podamos cuantificar cual es el alcance de estos medios.

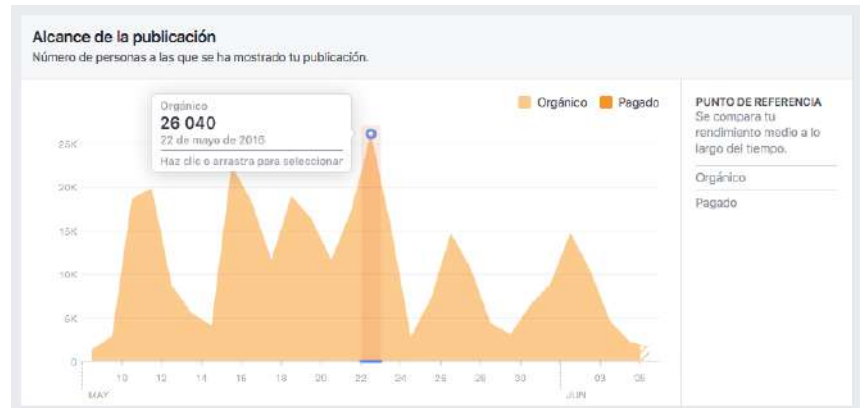
Facebook y Twitter de la Cofradía de Mena

Para poner un ejemplo práctico del uso que se le pueden dar a las redes sociales, he solicitado a la Cofradía de Mena, por su larga historia y el nivel mediático de sus actos, sus datos sobre redes sociales y cuál es el uso que les daban.

Desde Mena apuestan por que sus RRSS actúen como medio de comunicación, y sabiendo que sus cultos generan un gran interés, tienen sus redes a cargo de un profesional que sabe cómo sacarles el máximo partido. También apuestan por hacer llegar sus cultos a la mayor cantidad de gente posible, por lo que su última acción ha sido instalar cámaras que reproducen en streaming actos como triduos, besamanos...



Algunos de los datos de su página de Facebook son:



Congregación de Mena agregó 3 fotos nuevas.

3 h · 🌐

ONDA AZUL RTV Málaga, 101tv Málaga y PTV Málaga emitirán en directo la misa de coronación en la Catedral el sábado por la mañana.
#CofradiasMLG #Malaga #SoledadMenaCoronada
#CoronacionSoledadMena



Congregación de Mena
2 h · 🌐

#CofradiasMLG | #EnDirecto el besamanos de la Virgen, de 10 a 13.00 horas, en la web: www.cofradiamena.com



País	Tus fans
España	4730
Argentina	25
México	23
Italia	16
Estados Unidos de Amé...	13
República Dominicana	13
Portugal	12
Guatemala	11
Francia	10
Perú	10
Alemania	8
Brasil	7
Bélgica	6
Filipinas	6



Un dato bastante interesante que puede observarse es que el 79% se conecta a través de un dispositivo móvil, por lo que hay que prima más el contenido en las redes frente al de los blogs.

Su cuenta de twitter tiene 11.689 seguidores. Es la cuenta perteneciente a una cofradía con mayor número de seguidores de la provincia de Málaga.



RESUMEN DE JUNIO DE 2016

Tweets	Impresiones de Tweets
18	53,6 K
Visitas al perfil	Menciones
5.116	134
Nuevos seguidores	
14	

RESUMEN DE MAYO DE 2016

Tweets	Impresiones de Tweets
138	347 K
Visitas al perfil	Menciones
29,3 K	508
Nuevos seguidores	
215	

Cofrades Málaga

También hemos podido contar con los datos de la cuenta de Twitter del portal perteneciente a Diario Sur llamado Cofrades Málaga. Es la cuenta de Twitter dedicada a cofradías de Málaga con mayor número de seguidores: 23.361, seguido de la cuenta de Mi Propio Sentir, con 16.985 seguidores, actualmente¹⁵. Como curiosidad, es la única cuenta verificada por Twitter oficialmente y la impulsora del hashtag #CofradíasMlg.



The image shows a Twitter profile card for 'Cofradesmalaga.com'. The profile picture is a black square with a gold crown and the text 'COFRADES MÁLAGA.COM'. The bio includes the website, hashtag #CofradíasMLG, and mentions of @DiarioSUR and several other users. The location is Málaga, España. The card also displays statistics: 19,6 K tweets, 8.461 following, 23,4 K followers, 696 likes, and 14 lists.

TWEETS	SIGUIENDO	SEGUIDORES	ME GUSTA	LISTAS
19,6 K	8.461	23,4 K	696	14

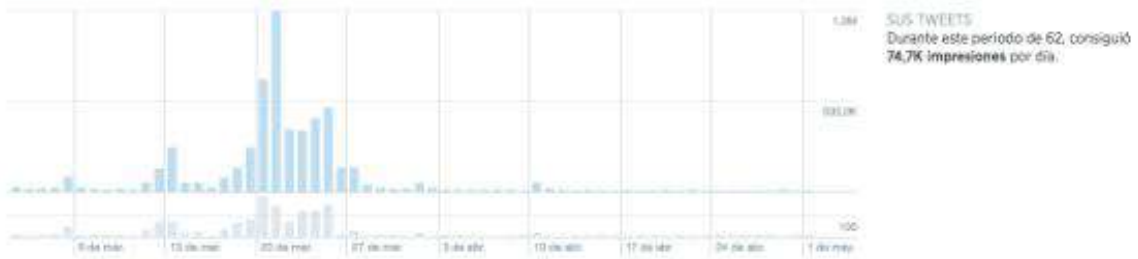
¹⁵ Datos obtenidos a principios de Junio de 2016 gracias al responsable de Cofrades Málaga, Manolo García.

Actividad de Tweets

1 de mar. - 1 de may. de 2016

Exportar datos

Sus Tweets consiguieron **4,6M impresiones** en este periodo de **62 días**



Cofradesmalaga.com @cofradesmalaga Página actualizada diariamente

Resumen de 28 días mostrando cambios respecto al periodo anterior



junio de 2016 • 4 días hasta la fecha...

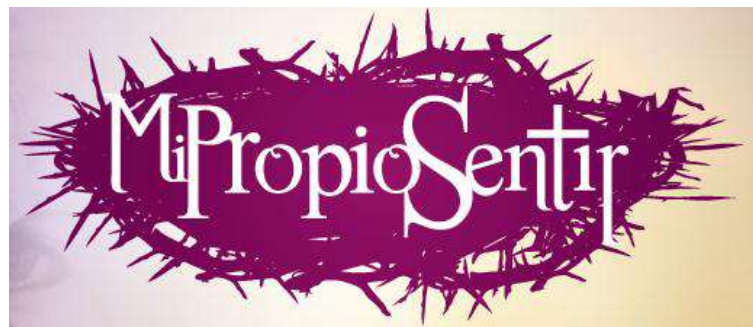
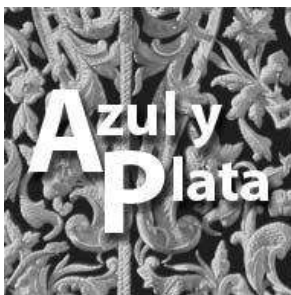
RESUMEN DE MARZO DE 2016		RESUMEN DE ABRIL DE 2016	
Tweets 1.363	Impresiones de Tweets 4,39 M	Tweets 54	Impresiones de Tweets 238 K
Visitas al perfil 159 K	Menciones 829	Visitas al perfil 5.702	Menciones 86
Nuevos seguidores 2.527	Tweets con enlaces a tu perfil 1	Nuevos seguidores 33	Tweets con enlaces a tu perfil 4
RESUMEN DE MAYO DE 2016		RESUMEN DE JUNIO DE 2016	
Tweets 78	Impresiones de Tweets 291 K	Tweets 1	Impresiones de Tweets 15,5 K
Visitas al perfil 4.449	Menciones 67	Visitas al perfil 197	Menciones 8
Nuevos seguidores 56	Tweets con enlaces a tu perfil 5	Nuevos seguidores 4	Tweets con enlaces a tu perfil 4

Como podemos ver, la cuenta tiene un alto grado de interacción con su público, como puede observarse especialmente durante Marzo, fecha de la SS, aunque mantiene su actividad en los meses posteriores, esto nos lleva a pensar que es un medio con un gran potencial para promocionar la SSM.

Blogs y webs especializadas

Debido al gran interés que surge alrededor de la SS, han surgido múltiples blogs y páginas web especializadas en este tema, como puede ser El arbotante Málaga, Mi propio sentir, Estampas cofrades, Azul y Plata, El Cabildo, Frente a la tribuna, La Pasión de Málaga (La Opinión de Málaga), Cofrades Málaga (Diario Sur), Palio de Pasión, Glorias de Málaga...

Estas páginas se dedican a comentar la actualidad cofrade de la provincia, generalmente en internet (exceptuando los portales que pertenecen a periódicos, que poseen sus propios suplemento) y, relacionándolo con el apartado de posicionamiento web, podemos afirmar que no hacen ningún tipo de posicionamiento que los ayude a llegar a más gente o que puedan servir de información a un turista que no sepa nada sobre la SSM.



Aplicaciones móviles

Hay múltiples aplicaciones con información sobre SS. Las más populares incluyen itinerarios, geolocalización al momento, información, imágenes, meteorología, noticias y datos varios (número de hermanos, nazarenos, portadores...). Las siguientes aplicaciones van ordenadas de la misma forma que realizando la búsqueda “Semana Santa Málaga” en la App Store:

1. Semana Santa Málaga (Cope)
2. El Penitente
3. iCofrade
4. iBajoPalio (Canal Sur)
5. Ser+Cofrade (Cadena Ser)
6. CofradíasMLG
7. Alhombro (Onda Cero)
8. Pasión del Sur



Las más completas incluyen también información sobre otros eventos extraordinarios como salidas por Coronaciones Canónicas, traslados, salidas de Gloria, información sobre las Cruces de Mayo e, incluso, notificaciones con noticias de interés al instante (cambios de recorrido, cancelaciones por mal tiempo...).

Otras aplicaciones que, aun no siendo de Semana Santa, también ofrecen información sobre ésta son las de prensa local o las propias cofradías.



Comercios malagueños

Aunque no tengan una relación directa con la SSM o no hayan hecho una campaña de marketing específica para la ocasión, muchos comercios de la capital pueden sumarse a la SS de diversas formas, ya sea decorando sus escaparates, colocando carteles de SS u ofreciendo productos asociados típicamente a la SS como pueden ser dulces típicos como las torrijas, zapatos para salir de nazareno, bastones, guantes...

Dentro de este sector, hay que resaltar las tiendas especializadas en productos específicos de SS como pueden ser capirotos, figuras, rosarios, réplicas de imágenes, muñecos caracterizados como nazarenos, estandartes para decorar una estantería... E incluso merchandising dirigido a un público más juvenil como pueden ser chapas o tazas. A continuación, vemos algunos ejemplos de estos establecimientos:



Nazareno de Málaga



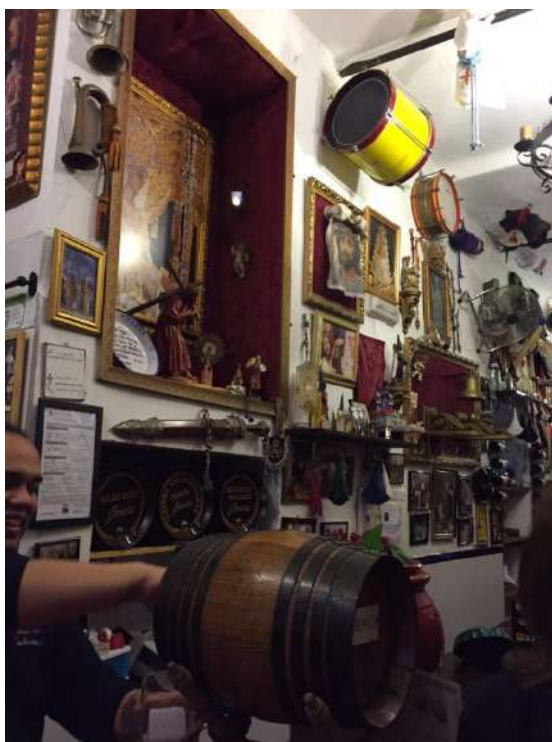


Turismo y hostelería

Estos dos sectores son los que más se benefician de la SS. En 2016, los hoteles han alcanzado una ocupación media del 90%, aumentando al 97.5% durante los días fuertes (Jueves Santo a Domingo de Resurrección) (Soto J., 2016). Los restaurantes y bares de las zonas más céntricas también ven como aumentan sus ingresos dado el alto número de personas que hay en la calle viendo los desfiles.

Una parte de estos bares y restaurantes han adoptado una temática cofrade dada la gran importancia que tiene ésta en la vida de la ciudad. Ejemplos de estos establecimientos pueden ser la taberna cofrade Las Merchanas, el bar cofrade Entre Varales, la taberna del Capataz, El Repique... Otros bares e incluso panaderías, adaptan su carta estos días ofreciendo bocadillos para llevar. Algún ejemplo de esto son el café bar Las Cofradías o la panadería El mimbre.

Por último, y no menos importante, son todas aquellas licencias que se dan durante esa semana para poner *foodtrucks*, es decir, carritos de patatas asadas, chucherías, nubes de algodón o hamburguesas para llevar.



- Imágenes de Taberna Las Merchanas y Menú de Café Bar Las Cofradías -



En cuanto a webs de viajes, se ha observado que se hace poca promoción respecto a la SSM.



Otros servicios

Existen otros servicios que también son necesarios para la SS y pasan desapercibidos. Estos pueden ser los urinarios públicos que se colocan en las calles, los propietarios de las vallas que se usan para acotar y organizar las entradas y salidas de las zonas de abonados en las sillas, las empresas que alquilan las sillas o la Tribuna a la Agrupación.

También las productoras de material audiovisual, ya que se requiere grabar y editar vídeos que crear DVDs con las salidas procesionales o para usarlo como contenido en las redes sociales de las propias cofradías. En este mismo nivel, las productoras que se dedican al sonido también tienen un hueco aquí, ya que se graban las marchas para después con ellas crear las denominadas "Crucetas" (acompañamiento musical de una imagen) o incluso para subirlas a Spotify y que el público general pueda acceder a ellas de forma gratuita.

Por último, y cómo se comentó anteriormente, imprentas, diseñadores gráficos, periodistas... Todos tienen un hueco en esta *industria*.

La primera idea que podemos extraer es que la SS tiene un impacto económico que va más allá del turismo que pueda generarse en esos días. Estudiando sus **dimensiones económicas**, hemos visto que es un sector que cada año aumenta el beneficio que tiene en la ciudad. En este punto hay que tener en cuenta que no todo depende de la promoción turística que hagamos, sino que hay otros factores como las nuevas conexiones de AVE, el mayor número de cruceros que atracan en la capital o la mayor cantidad de vuelos *low-cost* que llegan a la provincia aumentan la cantidad de turistas y excursionistas que vienen a pasar estos días a Málaga.

Después, el **mercado de la SS**. Es un mercado bastante amplio ya que hay muchas personas que se implican en él en mayor o menor grado. Este año 15619 personas (sin contar a los músicos) han participado en los desfiles procesionales, y 764.000 malagueños y 323.000 visitantes han disfrutado de ellas. Estas cifras se incrementan ligeramente año tras año, lo que sugiere un mercado en continuo aumento que podría ser mayormente explotado. Este

Considerando la **SS como un producto turístico**, hay que destacar que la SS no sólo es la *semana grande*, sino que es un producto turístico que va más allá y que podemos verlo como una gama de 7 productos que abarcan desde salidas procesionales tanto periódicas como extraordinarias, a diferentes actos que se celebran a lo largo de todo el año, y las visitas a iglesias, casas hermandad, museos o talleres de artesanía. Ya que esto puede ser consumido a lo largo de todo el año, no podemos pensar en una estrategia de SS solo válida para la semana de Pasión, sino que podemos exportar este concepto a lo largo de todo el año, ya que durante todo el año existen diversos cultos que pueden ser del interés general. Como acabamos de mencionar, también existen iglesias, museos de artesanos y casas hermandad que son susceptibles de ser visitadas ya que su potencial artístico y cultural es muy alto, ya que forman parte del patrimonio artístico y cultural de la ciudad y son parte de su historia. Aunque, y aunque suene contradictorio, el Museo de la Semana Santa se mantiene cerrado, por lo que no puede usarse como un reclamo para gente que visita la ciudad en otro periodo pueda conocer la SS y hacer que repita su visita durante la SS.

Dentro de este concepto, hay que analizar si las campañas que se llevan a cabo por parte de las instituciones oficiales de turismo es la adecuada. En este punto, hay que decir que no, ya que, aunque existe diverso contenido de alta calidad creado (existen vídeos sobre momentos de la SS, time-lapses, vídeos y fotos en 360º, entre otros), no existen campañas específicas para la SSM y este contenido creado no tiene un respaldo que le de visibilidad y sirva para aumentar la información que se tiene sobre estas fiestas. Esta escasa implicación en la promoción por parte de las administraciones públicas podría explicarse dada la alta ocupación hotelera de la zona en estas fechas que, siendo cercanas al 100% en los días fuertes de Semana Santa, puede hacer pensar que no es necesario hacer una inversión cuando ya se obtienen tan buenos resultados. En mi opinión, no creo que esto sea lo correcto, ya que un mayor conocimiento del destino haría que la demanda subiera, y que el turismo que nos visita aunque no pueda aumentar cuantitativamente, sí cualitativamente. Por lo que creo que además de apostar por aumentar la promoción turística de la SS, habría que dar a conocer esta parte de nuestro patrimonio, ya que podría ser un motivo más por el que visitarnos. Somos un destino de sol y playa que está aumentando su potencial turístico con la apertura de nuevos museos, por lo que, esto sería añadir un atractivo más al destino *Málaga*. Esto podría hacerse a través de la asistencia a ferias de turismo, crear campañas de promoción o incluso mejorar el posicionamiento online del contenido que ya tenemos.

Siguiendo con la **industria cofrade**, muchos son los sectores que se benefician de manera directa o indirecta de la existencia de la SS. Desde artesanos a fisioterapeutas, pasando por establecimientos especializados, hostelería e imprentas. Hemos visto que algunas de estas empresas locales ya son conscientes de ello y usan la SS como reclamo a lo largo de todo el año, con especial incidencia en la Cuaresma y SS.

Como conclusión final podemos afirmar que el marketing que se hace antes y durante la SS es a nivel local, para un público que ya conoce nuestra SS y que generalmente vive en Málaga o vuelve a Málaga en estas fechas. No existen campañas de promoción turística en ningún medio de comunicación y no se acude a ferias de turismo a dar a conocer este recurso cultural y patrimonial de la ciudad. Ningún portal invierte en posicionamiento SEO ni en SEM, y cómo hemos visto, hay demanda de información y baja competencia. Dado que el posicionamiento online es inexistente, podemos

afirmar que está pensando solo a nivel local donde los usuarios ya conocen la SSM y saben en qué portales tienen que buscar para hallar la información que buscan, por lo que sería necesaria una inversión en estos medios para lograr que un mayor público tenga acceso a todos estos contenidos de gran valor que podemos encontrar en la red.

Agrupación de Cofradías de Málaga (2016) ***El museo de la Semana Santa acoge una original exposición de “clicks” a beneficio de AVOI***, página web de la ACM, Málaga.

Agrupación de Cofradías de Málaga (2016) ***La Caja Cofrade dimensiona la belleza y el sentir de la Semana Santa de Málaga***, página web de la ACM, Málaga.

Agrupación de Cofradías de Málaga (2015) ***La revista La Saeta en su edición de otoño se presenta con nuevo diseño, mayor realce fotográfico y un gran nivel en artículos de investigación***, portal web ACM, Málaga

Alcázar B., Alarcón P. y González E. (2012) ***Análisis del potencial turístico de la Semana Santa***, Cátedra de Estudios Cofrades, Málaga.

Alcázar B. (2016) ***Economía y Semana Santa de Málaga***, Cátedra de Estudios Cofrades, Ponencia realizada en el Foro Málaga Viva.

Ayuntamiento de Málaga (2013) ***Impacto turístico y económico de la Semana Santa en Málaga 2013***, Málaga Ciudad Genial, Málaga.

Bayona V. (2010) ***Hacer el agosto en plena Semana Santa***, Málaga Hoy, Málaga.

Castillo I. (2012) ***Alquilar un balcón para ver los tronos puede costar 1.700 euros***, La Opinión de Málaga, Málaga.

Consortio de Transportes de Málaga (2016) ***Modificaciones en paradas y líneas durante los recorridos procesionales de Semana Santa***, página de noticias del Consorcio, Málaga.

Consortio de Transportes de Málaga (2016) ***Toda la Semana Santa 2016 del Área de Málaga, en un click***, página de noticias del Consorcio, Málaga.

Diario Sur (2016) ***Fotos y vídeos 360º de la Semana Santa de Málaga 2016***, Diario Sur digital, Málaga.

Diario Sur (2016) ***SUR ofrece desde mañana doce imanes con imágenes y escenas de la Semana Santa***, Diario Sur digital, Málaga.

Efe (2015) **La Semana Santa de Málaga generó un impacto económico de 34 millones de euros**, La Opinión de Málaga, Málaga.

García M. (2015) **La Agrupación de Cofradías de Málaga venderá sillas para días sueltos de la Semana Santa**, Diario Sur, Málaga.

Kotler, Keller (2006) **Dirección de Marketing**, Editorial Pearson, 12ª edición, Madrid.

Empresa Malagueña de Transportes (2016) **Esta Semana Santa evita tentaciones**, Página web de la EMT, Málaga.

Empresa Malagueña de Transportes (2016) **Servicios especiales de Semana Santa (WhatsApp de Atención 665 600 000*)**, Página web de la EMT, Málaga.

ElMundo.es (2014) **La Semana Santa, atractivo turístico de Málaga para el mercado nacional**, El Mundo, Madrid.

Escalera A. (2013) **La devoción tiene un precio**, Diario Sur, Málaga.

Europa Press (2011) **El centro de Málaga dispondrá de más de 6.800 plazas de aparcamiento durante Semana Santa**, 20 minutos edición España, Madrid.

Europa Press (2016) **Periodistas de Reino Unido y los Países Bajos conocen la oferta turística de Málaga**, La Opinión de Málaga, Málaga

Europa Press (2016) **Sevilla, Málaga, Córdoba y Granada firman antes de verano su primera oferta conjunta para Japón**, Diario Córdoba, Córdoba.

Ferrari, M., Castillo I. A. (2009) **Las cofradías gastan hasta 110 euros por soldado en Semana Santa**, La Opinión de Málaga, Málaga.

Hinojosa J. (2015) **Empieza el plazo para solicitar los abonos disponibles para las sillas de la Semana Santa**, Diario Sur, Málaga.

La Opinión de Málaga (2016) **Bonos a 35 euros para aparcar en el Centro en Semana Santa**, La Opinión de Málaga, Málaga.

Martínez P. (2016) **El eje turístico Málaga, Sevilla, Granada y Córdoba se estrenará en Japón**, Diario Sur, Málaga.

Palomo A. (2016), **100 curiosidades de la Semana Santa**, Diario Sur, Málaga.

Pradoapps, **aplicación iCofrade**: fuente de las estadísticas de participantes en Semana Santa.

Puente R. (2016) **Agenda cofrade de Málaga del 9 al 15 de marzo**, Diario Sur, Málaga.

Ruralday blog (2016) **Semana Santa en Málaga y Sevilla, ¿en qué se diferencian?**, Ruralday.

Servimedia (2010), **Mena se queda sin la Marina por la falta de voluntarios**, El Mundo, Madrid.

Soto J. (2016) **La Semana Santa genera un impacto económico próximo a los 40 millones de euros**, Diario Sur, Málaga.

Cofradías de Pasión	Antigüedad	Hermanos	Nazarenos	Portadores Cristo	Portadores Virgen
DOMINGO DE RAMOS					
Pollinica	1911	2000	700	155	160
Lágrimas y Favores (Fusionadas)	1913	2450	400	-	210
Humildad y Paciencia	1999	1500	200	190	190
Humildad	1978	1300	220	170	155
Huerto	1756	1800	300	225	240
Dulce Nombre	1987	1150	260	180	180
Salutación	1984	700	200	110	-
Salud	1979	1225	325	130	150
Prendimiento	1925	1600	315	220	260
LUNES SANTO					
Crucifixión	1977	825	300	136	136
Gitanos	1682	800	285	126	180
Dolores del Puente	1982	1100	500	140	170
Pasión	1935	1900	570	140	150
Estudiantes	1945	2800	1060	190	220
Cautivo	1934	3600	800	242	250
MARTES SANTO					
Rocío	1706	3350	750	175	260
Penas	1935	1300	280	140	150
Nueva Esperanza	1977	1900	360	180	240
Estrella	1919	1250	280	186	254
Rescate	1924	1625	430	240	258
Sentencia	1929	1550	400	200	200
MIÉRCOLES SANTO					
Mediadora	1997	625	190	-	140
Salesianos	1989	725	200	170	-
Fusionadas (Azotes y Columna)	1913	-	470	180	-
Fusionadas (Exaltación)	1913	-	-	140	-
Fusionadas (Ánimas de Ciegos)	1913	-	-	170	-
Fusionadas (Ntra. Sra. Mayor Dolor)	1913	-	-	-	175
Paloma	1647	2200	720	186	294
Rico	1756	2100	420	220	220
Sangre	1507	2300	400	225	225
Expiración	1737	3000	510	170	270

JUEVES SANTO					
Santa Cruz	1984	450	120	-	110
Cena	1924	1300	300	210	220
Viñeros	1615	700	200	140	140
Mena	1915	2750	725	252	254
Misericordia	1864	1950	300	220	225
Zamarrilla	1788	2125	260	210	250
Esperanza	1567	4350	810	226	264
Vera+Cruz (Fusionadas)	1505	2450	80	130	-
VIERNES SANTO					
Dolores de San Juan	1688	725	200	120	120
Monte Calvario	1977	1450	250	146	160
Descendimiento	1977	950	200	146	146
Santo Traslado	1665	1250	300	165	165
Amor	1923	1600	400	190	210
Piedad	1926	1250	300	-	220
Sepulcro	1893	1750	470	165	220
Servitas	1739	423	100	-	42
DOMINGO DE RESURRECCIÓN					
Resucitado	1921	-	-	130	150
Total	-	72148	16860	7386	8233
				15619	

-Elaboración propia a partir de las estadísticas de la aplicación iCofrade (2016)-

TRIBUNAL CENTRAL

Palcos	
Palcos A (6 abonos)	564,50 €
Palcos B (6 abonos)	532,50 €
Palcos C (6 abonos)	499,00 €
Palcos D (6 abonos)	457,50 €
Palcos E,F,G,H,I,L y J (6 abonos)	451,00 €

Sillas Tribuna Central	
Fila 1ª	111,50 €
Fila 2ª	108,00 €
Fila 3ª	106,00 €
Fila 4ª	98,00 €
Fila 5ª	96,00 €

Sillas Tribuna Central, tarimas y suelo	
Fila 1ª y 2ª	112,50 €
Fila 3ª y 4ª	109,00 €
Fila 5ª y 6ª	106,00 €

GRANADA

Grupo "F"	
Fila 1ª	45,50 €
Fila 2ª	43,00 €

Grupo "M", "R"	
Fila 1ª	69,50 €
Fila 2ª	62,50 €

Grupo "Q", "W"	
Fila 1ª	53,00 €
Fila 2ª	51,00 €
Fila 3ª	44,00 €
Fila 4ª	41,00 €
Fila 5ª y 6ª	39,00 €

RETIRADA DE ABONOS

Agrupación de Cofradías
(entrada por la Plaza de las Cofradías)
Hora de 18.00 a 21.00 horas

Desde el 20 de Enero al 29 de Enero, los abonados del año anterior con recibos domiciliados por banco.

Desde el 1 de Febrero al 26 de Febrero, los abonados del año anterior.

Desde el 22 de Febrero al 26 de Febrero se podrán apuntar por internet para el sorteo ante notario del orden para la adquisición de abonos libres.

Desde el 7 de Marzo hasta el fin de los abonos, distribución de abonos libres.

NOTAS:

Se podrá utilizar la tarjeta de la red 6000 para la retirada de sus abonos.

Para su comodidad, no olvide domiciliar por banco sus abonos para años venideros.



Agrupación de Cofradías de Semana Santa de Málaga



Tarifas de abonos de sillas y tribunas para la Semana Santa de 2016

Agrupación de Cofradías de Semana Santa de Málaga
Tarifas de abonos de sillas y tribunas para la Semana Santa de 2016

ALAMEDA PRINCIPAL	
SILLAS	
Grupos "O" y "P"	
Fila 1ª	42,00 €
Fila 2ª	40,00 €
Fila 3ª	39,00 €
Fila 4ª y 5ª	38,00 €
Fila 6ª	37,00 €
Grupos "U" y "V"	
Fila 1ª	51,00 €
Fila 2ª	48,00 €
Fila 3ª	42,00 €
Fila 4ª y 5ª	39,00 €
Grupos "T", "X"	
Fila 1ª	54,00 €
Fila 2ª	52,00 €
Fila 3ª	45,50 €
Fila 4ª y 5ª	40,00 €
Grupo "N"	
Fila 1ª	56,00 €
Fila 2ª	52,00 €
Fila 3ª	49,00 €
Fila 4ª, 5ª y 6ª	46,50 €
TRIBUNAS	
Tribunas "O", "U", "V", "T" y "X"	
Fila 1ª, 2ª y 3ª	64,00 €
Fila 4ª, 5ª, 6ª y 7ª	60,50 €

ROTONDA MARQUÉS DE LARIOS	
SILLAS	
Grupo "Y"	
Fila 1ª	56,00 €
Fila 2ª	52,00 €
Fila 3ª	49,00 €
Fila 4ª, 5ª, y 6ª	46,50 €
Rotonda Marqués de Larios y Grupo "Z"	
Fila 1ª	54,00 €
Fila 2ª	51,00 €
Fila 3ª	48,00 €
Fila 4ª, 5ª, 6ª y 7ª	44,00 €
TRIBUNAS	
Tribuna "A", "B", "C", "D"	
Fila 1ª y 2ª	74,50 €
Fila 3ª y 4ª	69,50 €
Tribuna B. Zaragozano	
Fila 1ª y 2ª	91,00 €
Fila 3ª y 4ª	85,50 €
Fila 5ª, 6ª, 7ª y 8ª	80,00 €
Fila 9ª, 10ª, 11ª y 12ª	76,00 €
Tribuna Delantera B. Zaragozano	
Fila 1ª	90,00 €
Fila 2ª	85,50 €
Fila 3ª	83,50 €
Fila 4ª y 5ª	81,50 €

Tribuna Rotonda M. Larios	
Fila 1ª y 2ª	86,50 €
Fila 3ª y 4ª	85,50 €
Fila 5ª, 6ª, 7ª y 8ª	82,50 €
Fila 9ª, 10ª, 11ª y 12ª	75,50 €
Fila 13ª, 14ª, 15ª, 16ª y 17ª	73,50 €
LARIOS	
SILLAS	
Grupos "A", "C", "D", "S"	
Fila 1ª	76,50 €
Fila 2ª	71,50 €
Fila 3ª	70,50 €
Fila 4ª, 5ª, 6ª y 7ª	68,50 €
TRIBUNAS	
Tribunas Larios	
Fila 1ª y 2ª	84,00 €
Fila 3ª y 4ª	79,00 €
PLAZA DE LA CONSTITUCIÓN	
SILLAS	
Grupo "L"	
Fila 1ª	108,00 €
Fila 2ª	106,00 €
Fila 3ª	100,00 €
Fila 4ª y 5ª	93,00 €

- Precio de los abonos de las sillas y tribunas colocadas durante el recorrido oficial (2016) -

Algunas gráficas publicitarias que podemos ver en revistas especializadas e itinerarios:



Listado de páginas web y redes sociales de las Cofradías malagueñas.

Cofradías de Pasión	web	tw	fb	app	Youtube
DOMINGO DE RAMOS					
Pollinica	cofradiapollinicalamaga.com	pollinicalamaga	Sí	-	-
Lágrimas y Favores (Fusionadas)	cofradiasfusionadas.org	rcfusionadas	Sí	-	-
Humildad y Paciencia	humildadypaciencia.org	HdadYPaciencia	Sí	-	Sí
Humildad	hermandaddehumildad.es	HdadHumildad	Sí	-	Sí
Huerto	huertoconcepcion.es	-	No	-	-
Dulce Nombre	dulcenombre.net	HdadDulceNombre	-	-	-
Salutación	hermandadsalutacion.com	HdadSalutacion	Sí	-	Sí
Salud	hermandaddeasalud.org	HdadSalud	-	-	-
Prendimiento	prendimientoygranperdon.es	HPrendimiento	Sí	-	Sí
LUNES SANTO					
Crucifixión	crucifixion.es	Crucifixion_MLG	Sí	-	Sí
Gitanos	cofradiadelacolumna.es	HdaddelaColumna	Sí	-	-
Dolores del Puente	doloresdelpuente.com	DoloresDIPuente	-	-	-
Pasión	archicofradiadelapasion.org	Archi_PasionMLG	Sí	-	-
Estudiantes	cofradiaestudiantes.es	Estudiantes_MLG	Sí	Sí	Sí
Cautivo	cautivotrinidad.com	CautivoTrinidad	Sí	-	-
MARTES SANTO					
Rocío	hermandaddebrocio.com	RocioDeMalaga	Sí	-	Sí
Penas	cofradiadelaspenas.org	HdadLasPenas	Sí	-	-
Nueva Esperanza	hermandadnuevaesperanza.es	HNuevaEsperanza	Sí	-	-
Estrella	humillacionyestrella.es	EstrellaPerchel	Sí	-	-
Rescate	cofradiadelrescate.com	HdadRescate	Sí	Sí	Sí
Sentencia	hermandaddeasantencia.com	LaSentencia	Sí	-	Sí
MIÉRCOLES SANTO					
Mediadora	hermandadmediadora.es	HdadMediadora	Sí	-	Sí
Salesianos	hermandadsalesianos.es	HdadSalesianos	Sí	-	Sí
Fusionadas (Azotes y Columna)	cofradiasfusionadas.org	rcfusionadas	Sí	-	-
Fusionadas (Exaltación)	cofradiasfusionadas.org	rcfusionadas	Sí	-	-
Fusionadas (Ánimas de Ciegos)	cofradiasfusionadas.org	rcfusionadas	Sí	-	-
Fusionadas (Mayor Dolor)	cofradiasfusionadas.org	rcfusionadas	Sí	-	-
Paloma	lapuenteylapaloma.com	Hdad_LaPaloma	Sí	-	-
Rico	cofradiaelrico.com	CofradiaElRico	-	-	-
Sangre	archicofradiadelasangre.es	HSangre	-	-	-
Expiración	expiracion.org	ExpiracionMLG	Sí	-	-

JUEVES SANTO					
Santa Cruz	santacruzmalaga.org	SantaCruzMalaga	Sí	-	-
Cena	-	HdadSagradaCena	-	-	-
Viñeros	-	Correonistas	-	-	-
Mena	cofradiamena.org	CofradiaMena	Sí	Sí	Sí
Misericordia	cofradiamisericordia.com	CFDMisericordia	Sí	-	Sí
Zamarrilla	zamarrilla.es	RosaAmargura	Sí	-	Sí
Esperanza	pasoyesperanza.es	PasoyEsperanza	Sí	-	Sí
Vera+Cruz (Fusionadas)	cofradiasfusionadas.org	rcfusionadas	Sí	-	-
VIERNES SANTO					
Dolores de San Juan	doloresdesanjuan.com	DoloresSanJuan	Sí	-	-
Monte Calvario	hermandadcalvario.es	MonteCalvario	Sí	-	-
Descendimiento	descendimiento.org	HDescendimiento	Sí	-	-
Santo Traslado	trasladoysoledad.org	TrasladoSoledad	Sí	-	-
Amor	amorycaridad.com	AmoryCaridad	Sí	-	-
Piedad	lapiedad.org	RHPiedad	Sí	-	-
Sepulcro	hermandadsepulcro.org	SepulcroMalaga	Sí	Sí	-
Servitas	servitasmalaga.es	-	-	-	-
DOMINGO DE RESURRECCIÓN					
Resucitado	agrupaciondecofradias.es	cofradiasmalaga	-	-	-

- Fuente: elaboración propia (2016) -