



ANÁLISIS DEL PERFIL E IMPACTO ECONÓMICO DE LOS VISITANTES A LA SEMANA SANTA DE MÁLAGA 2023



CÁTEDRA DE
ESTUDIOS COFRADES



FUNDACIÓN
lágrimas
y favores



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



“Ante el dolor, la dificultad y la desesperanza, aparece siempre la mejor versión de las cofradías y de los cofrades.”

Francisco Luis Jiménez Valverde. Pregonero Semana Santa Málaga 2023



Estudio elaborado por:

Dr. D. Benjamín del Alcázar Martínez.

Dra. Dña. Eva María González Robles.

Dr. D. Plácido Sierra Herrezuelo.

Dra. Dña. Laura Moniche Bermejo.

Cátedra de Estudios Cofrades 2023.

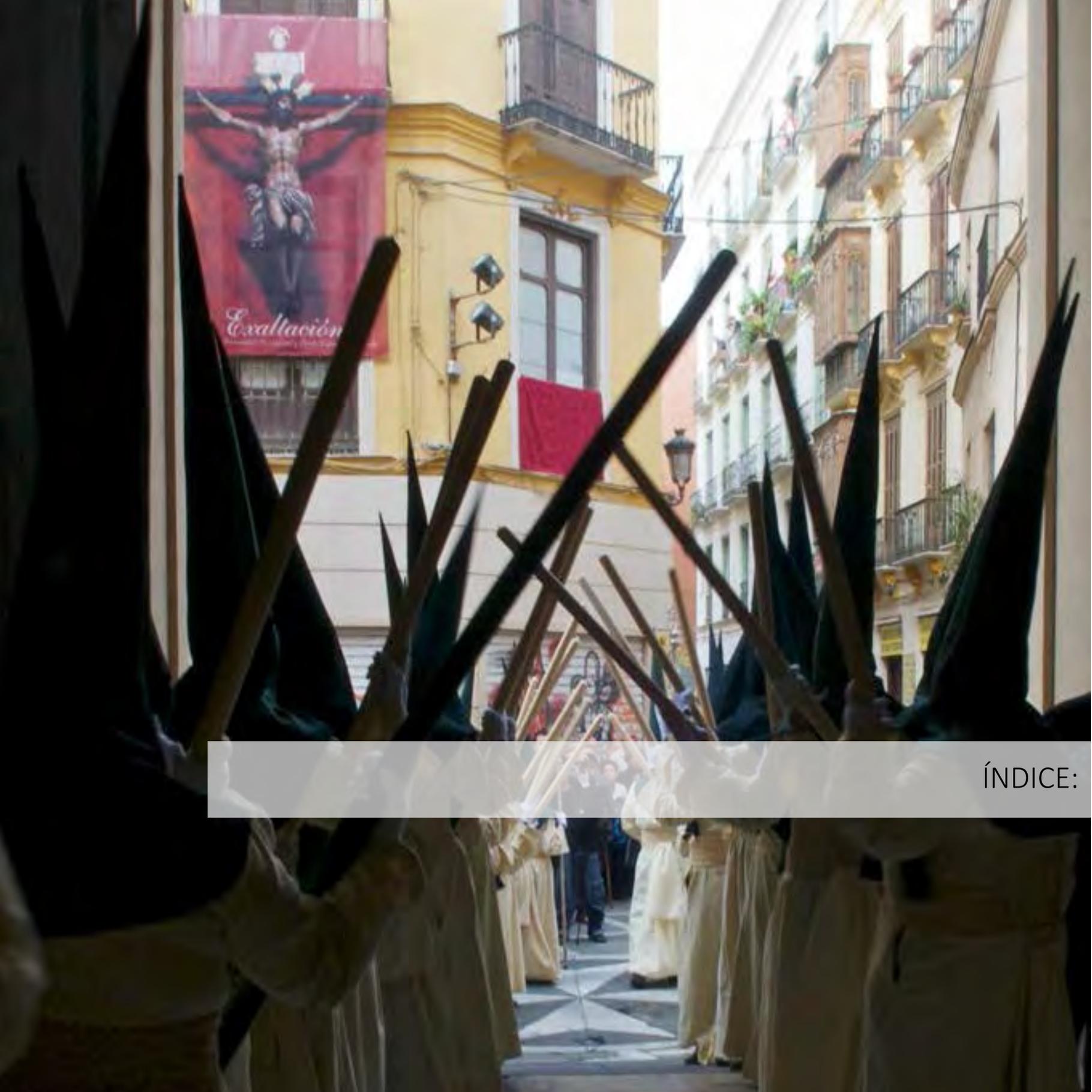
Fundación Lágrimas y Favores.

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA.

Estudio de campo: accionmk.com

Banco de imágenes: Armando Moreno
(Onerom) y Ricardo Aguilar





ÍNDICE:



Índice

1.- INTRODUCCIÓN	11
2.- OBJETIVOS.....	21
3.- METODOLOGÍA	25
4.- PERFIL DEL RESIDENTE QUE ACUDE A LA SEMANA SANTA.....	33
5.- PERFIL DEL NO RESIDENTE QUE ACUDE A LA SEMANA SANTA	47
6.- CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA Y DEL IMPACTO ECONÓMICO.....	67
7.- CONCLUSIONES.....	77
8.- REFERENCIAS	83





INTRODUCCIÓN:



1.- INTRODUCCIÓN

Un año más, 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, en la Semana Santa del pasado año 2023, realizamos esta investigación, cuyo objetivo principal es poner en valor la importancia económica que supone la Semana Santa para la ciudad de Málaga, y de forma más particular el impacto generado por los visitantes a la misma durante los siete días que las hermandades y cofradías de la ciudad salen en Estación de Penitencia. Esta investigación supone ya el tercer estudio centrado en este objetivo de cuantificación del impacto económico de la Semana Santa. En la primera edición, realizada en 2016, 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. Según dicho estudio, que puede consultarse en la web de la Cátedra, se estimó que se produjeron más de 1,1 millones de visitas durante los 7 días de desfiles procesionales, cifrándose en unas 381.000 personas las que acudieron a presenciarlos.

En una segunda edición, realizada dos años más tarde, en la Semana Santa del 2018, la investigación arrojó un dato del impacto económico de 102,7 millones de euros, es decir casi un 25% de incremento con respecto al 2016. Este crecimiento vino motivado tanto por el aumento del número de visitantes, que se estimó en 1,4 millones, como por unas mayores tasas de gastos medios de los mismos.

Ambos estudios recogían en detalle los perfiles de los distintos grupos de visitantes, agrupados en 3 categorías: turistas, excursionistas y residentes, así como sus estructuras de gastos en relación con las principales partidas económicas.

Estas investigaciones, realizadas por la Cátedra de Estudios Cofrades de la ciudad de Málaga, han sido pioneras a nivel nacional en esta materia y han constituido los primeros datos, de forma rigurosa, que permiten reflejar la importancia de la Semana Santa sobre la economía local. Previamente a la labor realizada por esta Cátedra existían algunos datos y estudios que apuntaban a un impacto mucho menor, motivado fundamentalmente porque se analizaba solo la repercusión económica generada por los turistas que acudían a la ciudad para presenciar los desfiles procesionales. En nuestras investigaciones 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 estos estudios, 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.

También, hay que hacer constar que las investigaciones de esta Cátedra han sido referentes y ejemplos que seguir por otras provincias e instituciones que desean conocer igualmente el impacto de su Semana Santa sobre la economía local. De acuerdo con los objetivos que da lugar a la Cátedra de Estudios Cofrades, hemos considerado relevante actualizar nuevamente 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 los estudios realizados en los años 2016 y 2018.

No cabe duda de que la ciudad de Málaga está viviendo en los últimos años un momento de gran crecimiento y desarrollo turístico, del que la Semana Santa no es ajena, y es fácil observar en paralelo la mayor presencia de turistas durante la misma. Por otro lado, resultaba también de interés conocer, después de 2 años sin poder celebrar la Semana Santa con motivo del COVID, como podría haber afectado a la respuesta de los visitantes a la misma, especialmente en el caso de los residentes. Por tanto, durante la Semana Santa del pasado año 2023, 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.

Independientemente de este estudio específico, y tal como siempre ponemos de manifiesto al referirnos al impacto económico de la Semana Santa, queremos hacer notar en esta introducción que la repercusión 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:

La industria cofrade: Que incluiría todo el movimiento económico generado, de forma directa e indirecta, 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: 85 tronos, 104 bandas de música y, aproximadamente, 16.100 portadores y 16.600 nazarenos. Se estima que este colectivo agrupa de manera directa actualmente a unos 71.400 hermanos que contribuyen al sostenimiento de éstas a través de diversas vías.

Con el objetivo de conocer con mayor profundidad esta importante dimensión de nuestra Semana Santa, en el año 2020, esta Cátedra realizó la investigación *“Análisis del impacto económico de la actividad cofrade de la Ciudad de Málaga”*. En este estudio se cuantificó la repercusión directa, indirecta e inducida de las cofradías, incluyendo la actividad de la propia Agrupación de Cofradías, en 24 millones de euros anuales. En el mismo se analiza en detalle cuáles son las principales partidas y sectores económicos afectados por los gastos e inversiones realizados por el conjunto de hermandades, no solo con motivo de su salida procesional, sino incluyendo el conjunto de actividades e inversiones realizadas. Así, se recoge que en torno al 46% de sus gastos se dedican a la adquisición, restauración y/o mantenimiento de su patrimonio; el 19% se emplea en los gastos ocasionados por la salida procesional; un 15% en gastos corrientes de la cofradía; el 12% en obra social, el 4% en gastos de personal y otro 4% en gastos diversos. También, se recoge en el informe, disponible igualmente en la web de la Cátedra, las fuentes de financiación e ingresos de las hermandades que les permiten generar estos flujos económicos. Básicamente, en este sentido, constituidas por las cuotas de hermano (31% de los ingresos); cuota de salida procesional (15%), aportación de la Agrupación de Cofradías (13%), ingresos generados por la casa hermandad (12%), donaciones y subvenciones (13%) y eventos y actividades complementarias (16%). Además, de 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, muchos de los cuales 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.

Al mismo tiempo, según el detalle del gasto e inversión, cabe destacar el importante papel que las cofradía y hermandades tienen en el incremento y conservación del patrimonio, añadiendo valor cultural y artístico a las mismas y, de forma indirecta, a la propia ciudad a través de la incorporación de nuevos tronos, mantos o palios, y/o enseres de diversa naturaleza. Pero además del gasto específico en partidas propiamente “cofrades”, hay que destacar como de forma directa e indirecta las cofradías y hermandades repercuten en la economía en otros muchos sectores, a priori de menor relación con la Semana Santa, desde el inmobiliario y financiero, por la construcción y conservación de sus casas de hermandad, hasta servicios generales, como la hostelería, imprentas, tintorerías, agencias de comunicación, asesorías o transportes entre otros muchos. También, como se ha indicado en las partidas de gastos, en los últimos años están teniendo un papel muy significativo la relativa a las obras sociales y beneficencia. Hay que destacar además en este sentido, no solo esa aportación económica, sino lo que puede considerarse más importante y difícil de cuantificar, el trabajo y dedicación personal de los cofrades a la labor social de las hermandades. 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, lo que proporciona en torno al 75% de los ingresos de la corporación. No obstante, este primer capítulo de la significación económica de la Semana Santa de Málaga no es el objeto del presente estudio. Como se decía, todo este detalle puede consultarse en el informe realizado por la Cátedra en el año 2020 y que está disponible en la web www.catedraestudioscofrades.uma.es

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 motivados por los desfiles de Semana Santa. Tradicionalmente, en los estudios anteriores hemos diferenciado en

este ámbito dos roles, el turista y el excursionista. No obstante, en esta ocasión, por cuestiones metodológicas, se analiza de forma conjunta al colectivo de visitantes no residentes. 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 sus perfiles como en lo que al gasto económico generado se refiere. En esta vertiente turística, los impactos económicos provendrán de fuentes muy diversas, y variarán según sus perfiles, pudiendo incluir, entre otros, 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. Y el tercer bloque de las repercusiones económicas de la Semana Santa lo encontramos en **los residentes como “público objetivo”** de la misma: Esta 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, y/o por su vinculación con las cofradías y hermandades; y de otro lado 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 con la Semana Santa por empresas de nuestro entorno que ven en 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. 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, o como se ha observado este año con el auge de las estampas coleccionables cofrades, las conocidas como *Holy cards*.

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 o visitantes. Pero, además, debe entenderse que el impacto económico global de la Semana Santa de Málaga va mucho más allá de esta perspectiva concreta de 7 días, sino que sus efectos se extienden a lo largo de todo el año, a través de múltiples acontecimientos, como los propios cultos, traslados o las cada vez más frecuentes salidas extraordinarias.

No queremos cerrar esta introducción sin dar nuestro mayor agradecimiento a las empresas e instituciones que han colaborado con este estudio, bien sea aportando datos que han contribuido a la investigación, o que han posibilitado a través de su aportación de recursos la realización de éste. En primer lugar, como no podría ser de otra forma, debemos destacar la apuesta que la Fundación Lágrimas y Favores realizó hace ya casi 15 años por esta Cátedra y que ha posibilitado a lo largo de todos estos años su continuidad y trabajo realizado. También, de forma específica en este último estudio, ha colaborado de una forma u otra las empresas y/o instituciones Metro Málaga; Goli Neuromarketing, Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga y Acción Mk.

Y finalmente, 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.

Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes de la Semana Santa de Málaga 2023

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 con los propósitos generales de la Cátedra de Estudios Cofrades, el **objetivo general** de esta investigación consiste en:

Determinar el impacto económico generado por los espectadores (residentes y no residentes), visitantes en general, como consecuencia de sus desplazamientos al centro de la ciudad para presenciar los desfiles procesionales de la Semana Santa de Málaga.

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

O1: 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; así como entre los visitantes de la ciudad y su área metropolitana.

O2: 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”.

O3: Determinar el volumen total de visitantes a la Semana Santa de Málaga y conocer sus perfiles, diferenciando entre residentes y no residentes.

O4: Cuantificar el impacto económico generado por dichos visitantes de manera directa e inducida.

O5: 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.





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 para 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 y 2018. Elaborados por la Cátedra de Estudios Cofrades de la Universidad de Málaga, en colaboración con la Fundación de Lágrimas y Favores.
- Impacto Económico y Turístico de la Semana Santa 2013 y 2014. Elaborados 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.
- Análisis del impacto económico de la actividad cofrade de la ciudad de Málaga 2020. Elaborador por la Cátedra de Estudios Cofrades de la Universidad de Málaga, en colaboración con la Fundación de Lágrimas y Favores.
- 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.
- Movimientos de pasajeros en transporte público de la ciudad. Empresa Municipal de Transportes.
- Movimientos de pasajeros en el Metro de Málaga.
- Encuesta Social Malagueña (ESMA). Estudio CISA 006. Edición 2022. Universidad de Málaga.
- Número de personas totales durante los desfiles procesionales de la Semana Santa 2023. Goli Neuromarketing.

Tras la consulta de todas las fuentes señaladas y la selección de la información más 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.

- 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

Ámbito geográfico	Málaga capital. Distrito Centro Histórico.
Ámbito temporal	Abril 2023. Días antes de la celebración de la Semana Santa.
Universo	Población mayor de edad, residente en Málaga capital.
Enfoque	Descriptivo
Método	Entrevista personal, estructurada, con preguntas abiertas y cerradas.
Procedimiento de muestreo	Muestreo por ruta aleatoria.
Tamaño de la muestra	410
Representatividad de la muestra	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 $\pm 4,8\%$ 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 no residentes (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

Ámbito geográfico	Málaga capital. Distrito Centro Histórico
Puntos muestrales	<ul style="list-style-type: none"> • Alameda Principal/ Paseo del Parque. • Plaza del Obispo/ Plaza Uncibay/ Plaza de la Merced. • Calle Larios/ Plaza de la Constitución/ Tribuna de los Pobres.
Ámbito temporal	Abril 2023. Durante la celebración de la Semana Santa de Málaga.
Universo	Población mayor de edad que acude a la Semana Santa de Málaga capital (residentes, turistas y excursionistas).
Enfoque	Descriptivo
Método	Entrevista personal, estructurada, con preguntas abiertas y cerradas.
Procedimiento de muestreo	Muestreo por ruta aleatoria, estratificado por tipología de visitante (turista, excursionista y residente) y días de mayor afluencia de asistentes a la Semana Santa.
Tamaño de la muestra	602
Representatividad de la muestra	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, iniciamos 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 del perfil e impacto económico de los visitantes de la Semana Santa de Málaga 2023

- 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:

- 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 los efectos directos de los gastos que generan los espectadores de la Semana Santa de Málaga y los efectos totales en el resto de los sectores productivos de la economía andaluza, fue necesario construir un método de estimación basado en las Matrices Input-Output disponibles para Andalucía 2016, publicadas por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. La estimación del impacto se ha realizado en dos fases:

- Definir y distribuir conceptualmente los efectos directos entre las diferentes ramas de actividad que la matriz Input-Output simétrica para Andalucía (2016) a precios básicos.
- Definir los efectos totales en el sistema productivo andaluz aplicando los coeficientes de la Matriz Inversa de Leontief para Andalucía (2016); así como los efectos en la generación de empleo equivalente.

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 visitante de la capital que acude a la Semana Santa:** describe las principales características del no residente en la ciudad de Málaga que acude a ver la Semana Santa.
- 6) **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.
- 7) **Conclusiones:** destaca las principales aportaciones logradas por este estudio.
- 8) **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

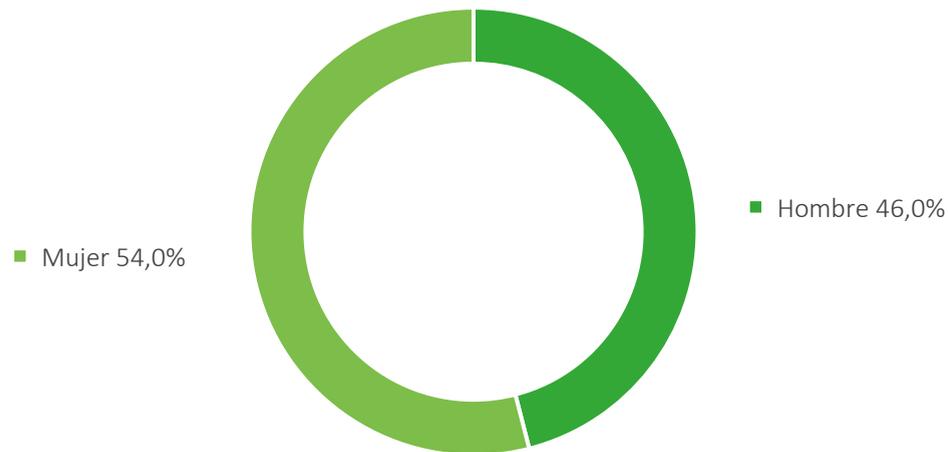
En este apartado nos aproximaremos al perfil y hábitos del primer y más numeroso grupo de público, los residentes, e intentaremos describir el perfil demográfico, sus hábitos de visita con relación a la Semana Santa, su grado de implicación en la misma y sus hábitos de gasto y/o consumo con motivo de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

Perfil sociodemográfico

SEXO

De acuerdo con los resultados de esta investigación, se observa que entre el público malagueño que acudió a la Semana Santa 2018 predominan las **mujeres (52,0%)** sobre los hombres (46,0%).

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

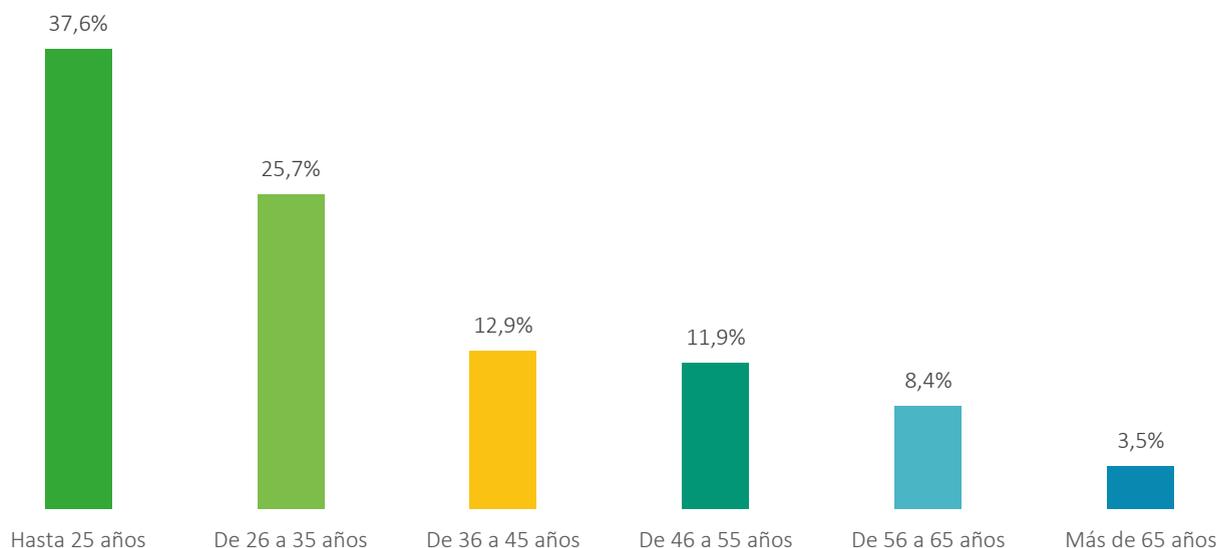


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

EDAD

Con respecto a la edad de los residentes en la ciudad, podemos concluir que algo más de un tercio de los espectadores de la Semana Santa son **menores de 25 años (37,6%)**. A estos, les siguen aquellos que manifestaron tener de 26 a 35 años (25,75%) y los que respondieron de 36 a 45 años (12,9%). Esta distribución sitúa la **edad media** de los residentes que acuden a la Semana Santa en los **33,7 años; significativamente inferior a la obtenida en estudios anteriores.**

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



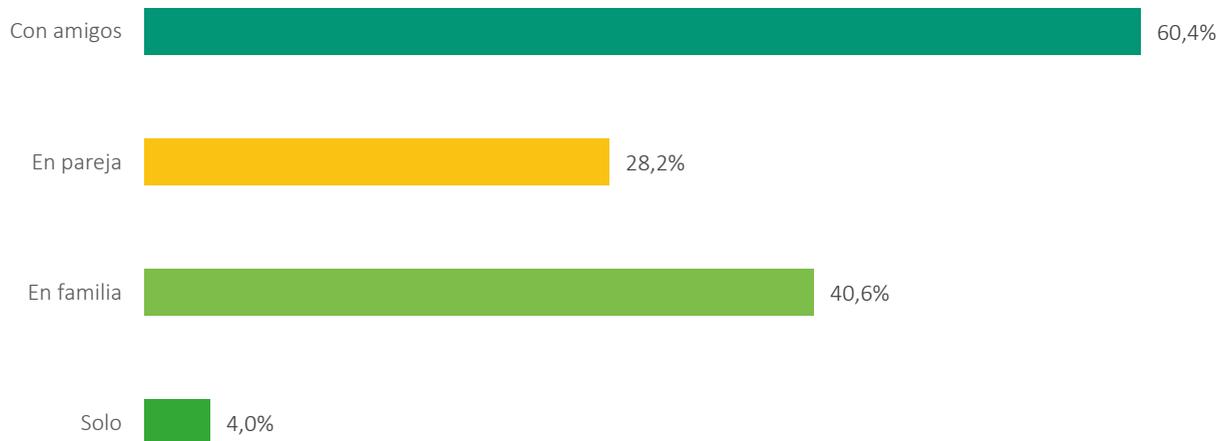
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Hábitos de consumo

TIPO DE VISITA

También podemos destacar que el público realiza las visitas a la Semana Santa, generalmente, acompañado. Así, más de seis de cada diez de las visitas de los residentes malagueños se realizaron **con amigos (60,4%)**, seguidas de las que se hicieron en familia (40,6%) y en pareja (28,2%). De manera secundaria, el 4% de las visitas a la Semana Santa se realizaron en solitario.

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



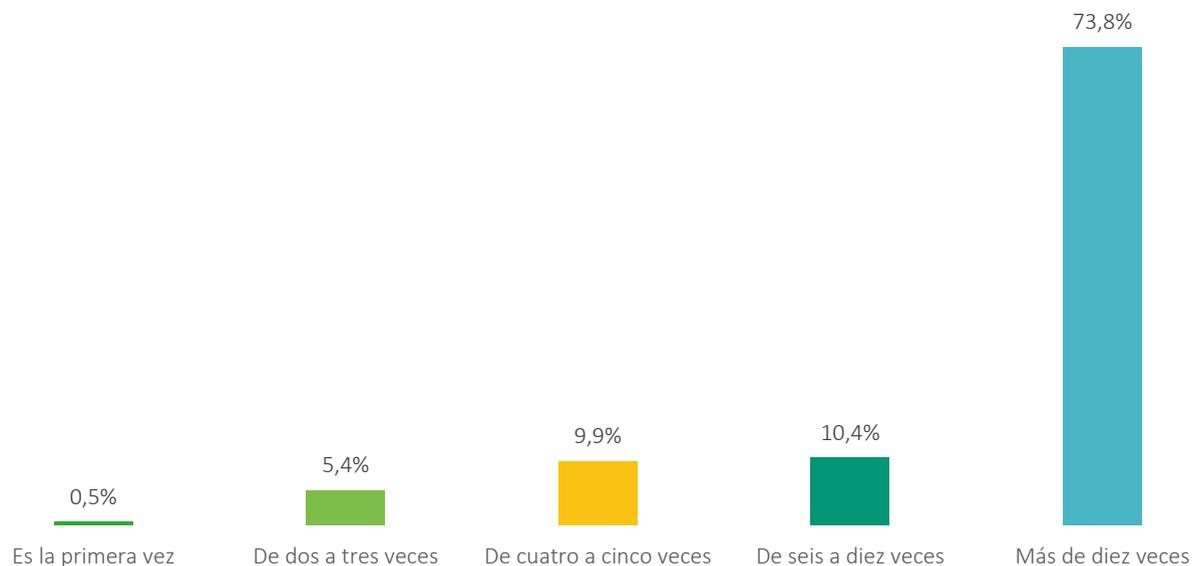
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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, casi tres de cada cuatro manifiestan haber acudido a las procesiones en **más de 10 ocasiones (73,8%)**.

A éstos, les siguen aquellos que manifiestan haber visitado la Semana Santa de seis a diez veces (10,4%); por tanto, de manera acumulada, más de ocho 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.



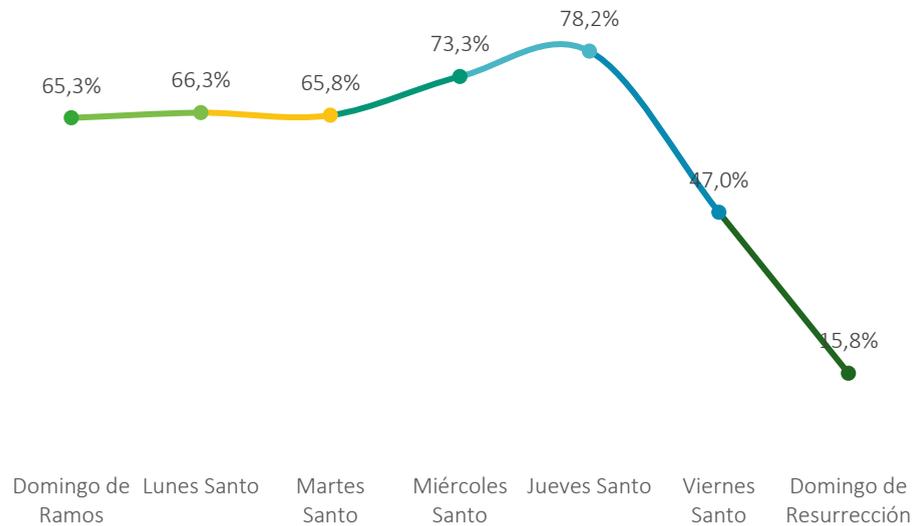
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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 2023 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 (78,2%)** y el **Miércoles Santo (73,3%)**. A estos días les siguen, por orden: Lunes Santo (66,3%), Martes Santo (65,8%) y Domingo de Ramos (65,3%).

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

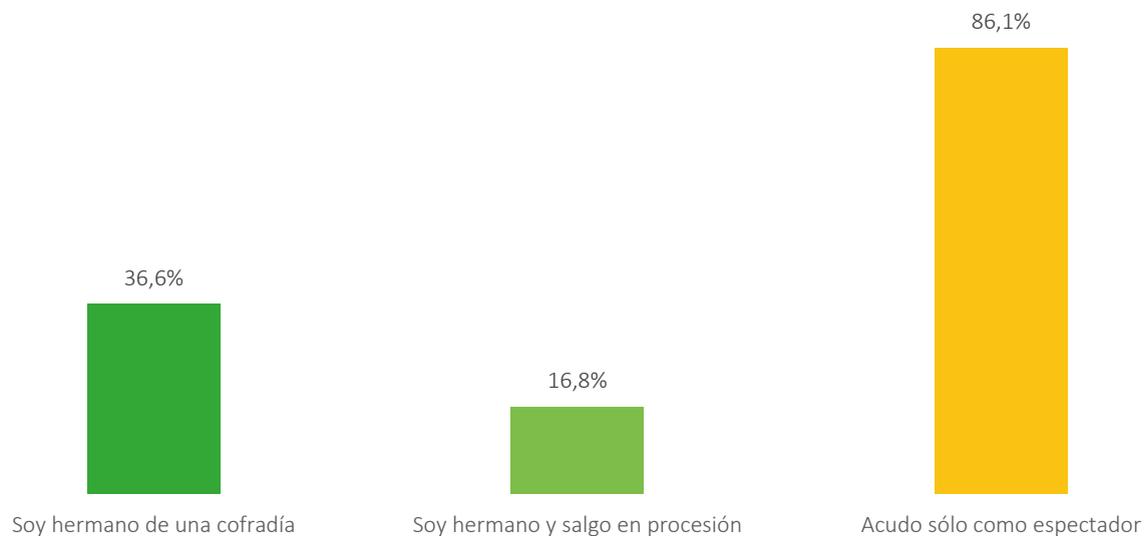


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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 2023, podemos concluir que el 86,1% de los residentes que acuden a la Semana Santa lo hace sólo **en calidad de espectador**. En cambio, el 36,6% es hermano de una cofradía y acude como espectador y, el 16,8% es hermano cofrade y, además, sale en procesión.

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

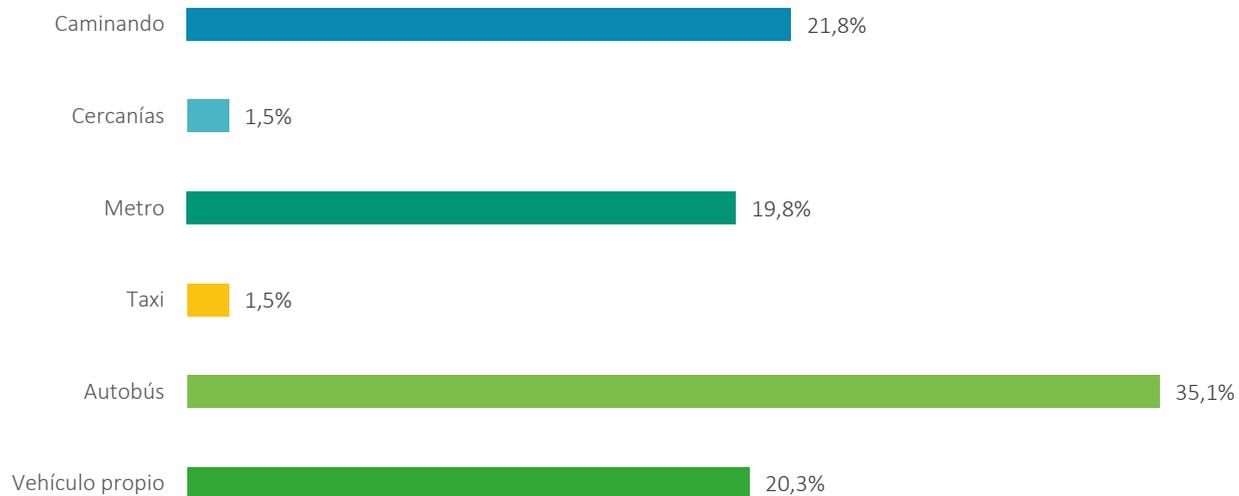


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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 (35,1%)**. En segundo lugar, destaca el uso del **metro (19,8%); que crece significativamente respecto al 2018** gracias a la llegada de este medio de transporte hasta el centro de la ciudad. Y, en tercer lugar, se encuentran los que acuden caminando el 21,8% de los residentes que acuden a la Semana Santa.

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

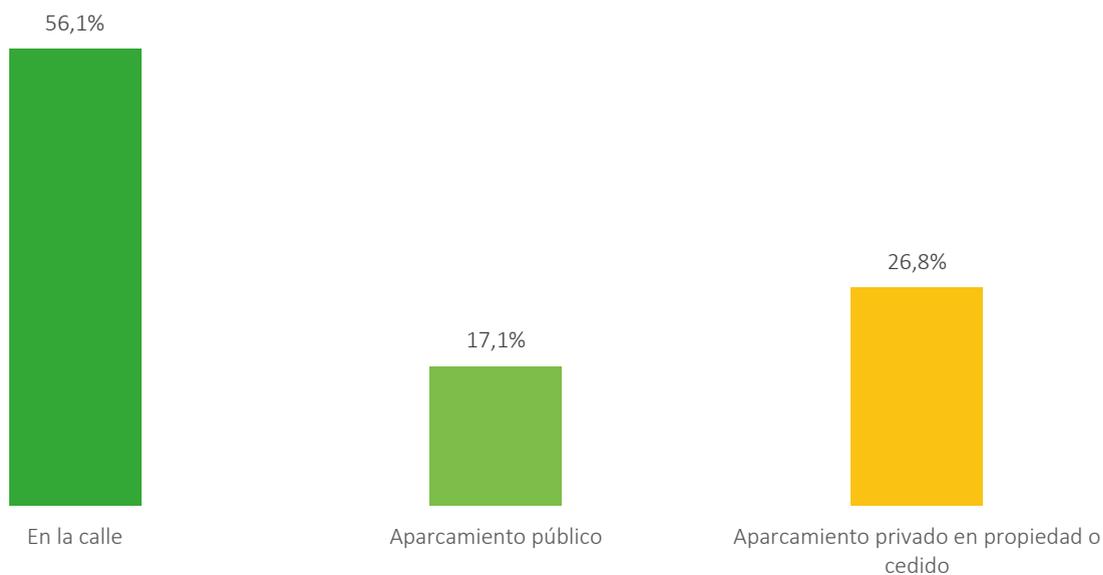


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

TIPO DE APARCAMIENTO UTILIZADO

De la cuota de residentes que acuden con su vehículo propio, más de la mitad (56,1%) **estaciona su vehículo en la calle**, mientras que un 26,8% lo hace en aparcamientos privados, bien en propiedad o bien cedidos. El porcentaje de residentes que hace uso de los aparcamientos públicos es del 17,1%.

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



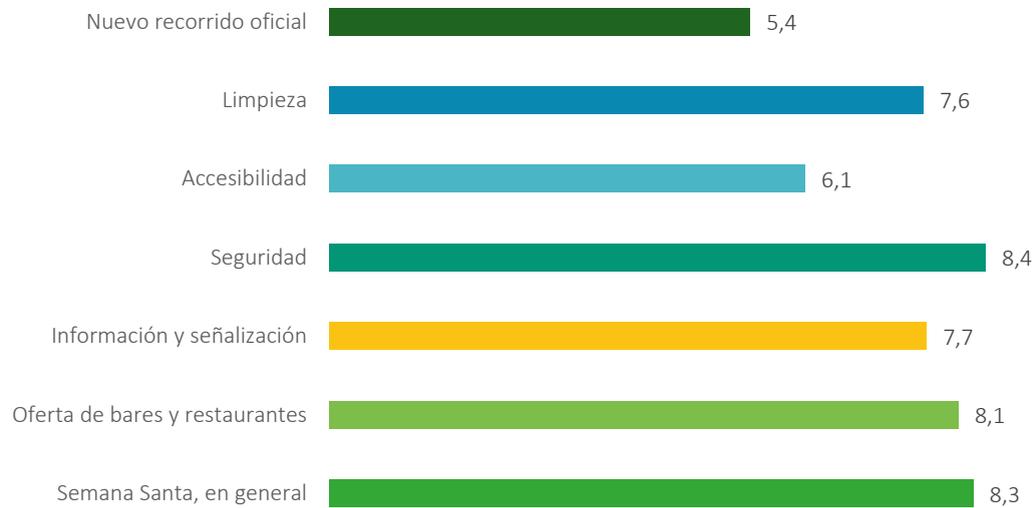
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Satisfacción e imagen de la Semana Santa

SATISFACCIÓN

La valoración que otorgan los residentes a la Semana Santa en general se promedia en **8,3 puntos sobre 10**. La característica más valorada es la seguridad durante su visita (8,4), seguido de otros aspectos, como: la oferta de bares y restaurantes (8,1) y la información y señalización del evento (7,7). Los aspectos menos satisfactorios, aunque con calificaciones altas, son la accesibilidad (6,1) y el nuevo recorrido oficial (5,4).

Ilustración 9. Satisfacción media del residente, espectador de la Semana Santa.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

