



A highly ornate silver chalice, likely a Holy Chalice, is the central focus of the image. It features a crown at the top, a shield with a coat of arms, and intricate engravings throughout. The chalice is set against a vibrant red background, which is partially obscured by a dark shadow on the left side. A semi-transparent grey banner is overlaid across the middle of the image, containing text.

PERFIL DEL NO RESIDENTE QUE ACUDE A LA SEMANA SANTA:



## 5.- PERFIL DEL NO RESIDENTE QUE ACUDE A LA SEMANA SANTA

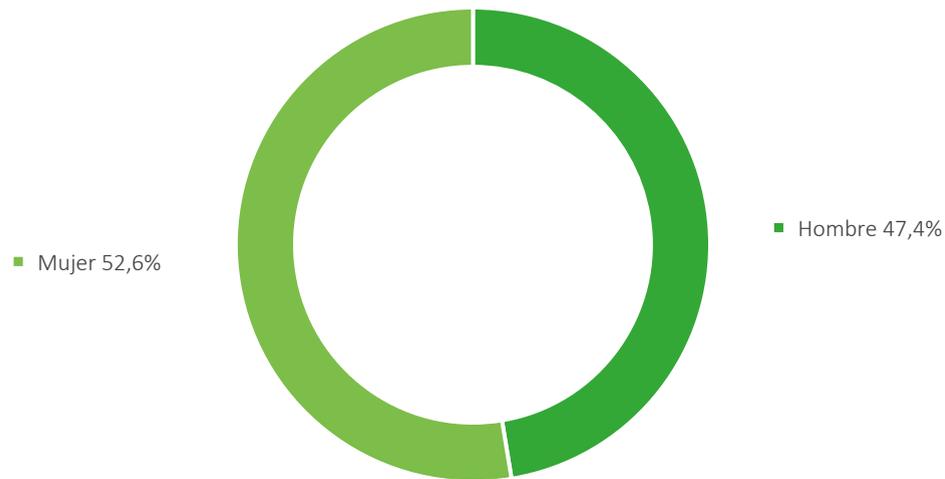
Este segundo grupo hace referencia a la población que manifiesta haber visitado nuestra ciudad de manera específica durante la celebración de la Semana Santa de Málaga. Sin incluir a los residentes en la ciudad o en su área metropolitana, este apartado describe a los no residentes (que pernoctaron en la ciudad) o excursionistas (no pernoctaron en la ciudad, pero pasaron el día en ella).

### Perfil sociodemográfico

#### SEXO

A pesar de las ligeras diferencias, podría considerarse que la Semana Santa malagueña resulta de mayor atractivo para las visitantes mujeres (52,6%) que para los visitantes hombres (47,4%).

Ilustración 11. Segmentación del visitante, espectador de la Semana Santa, por el criterio sexo.



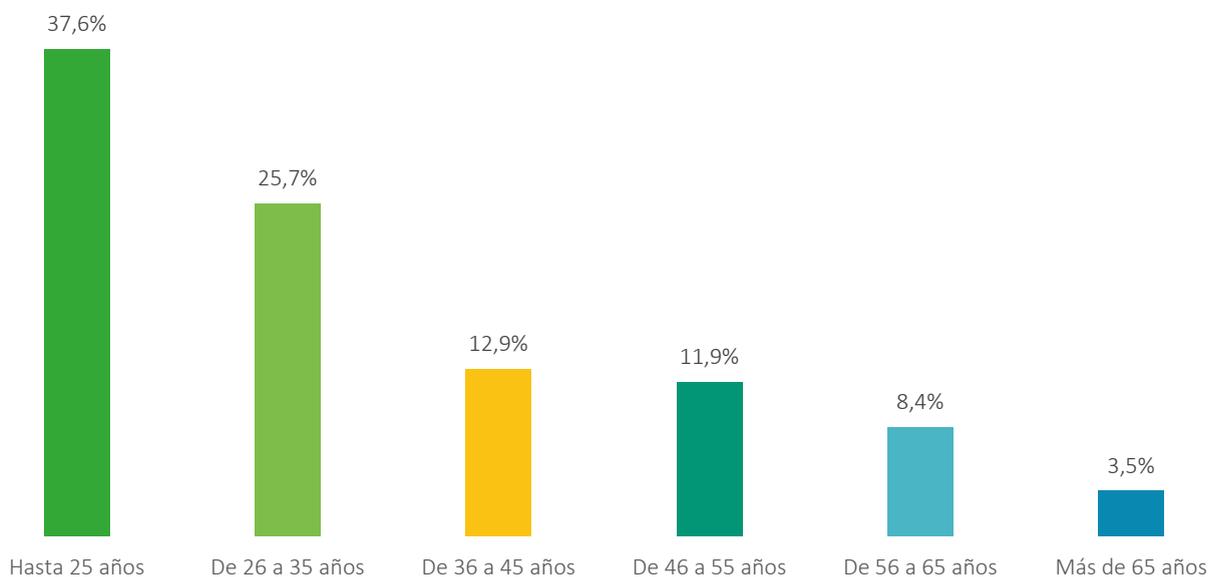
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## EDAD

Puede afirmarse que una importante cuota de los visitantes que acuden a la ciudad durante la Semana Santa tiene hasta 35 años (63,3%). No obstante, se puede igualmente afirmar que más de ocho de cada diez de estos visitantes tienen hasta 55 años; siendo los de más edad, los visitantes menos representativos durante la celebración de esta festividad.

Esta distribución de la edad sitúa el promedio en los 38,5 años; siendo superior a la del visitante residente en la ciudad.

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

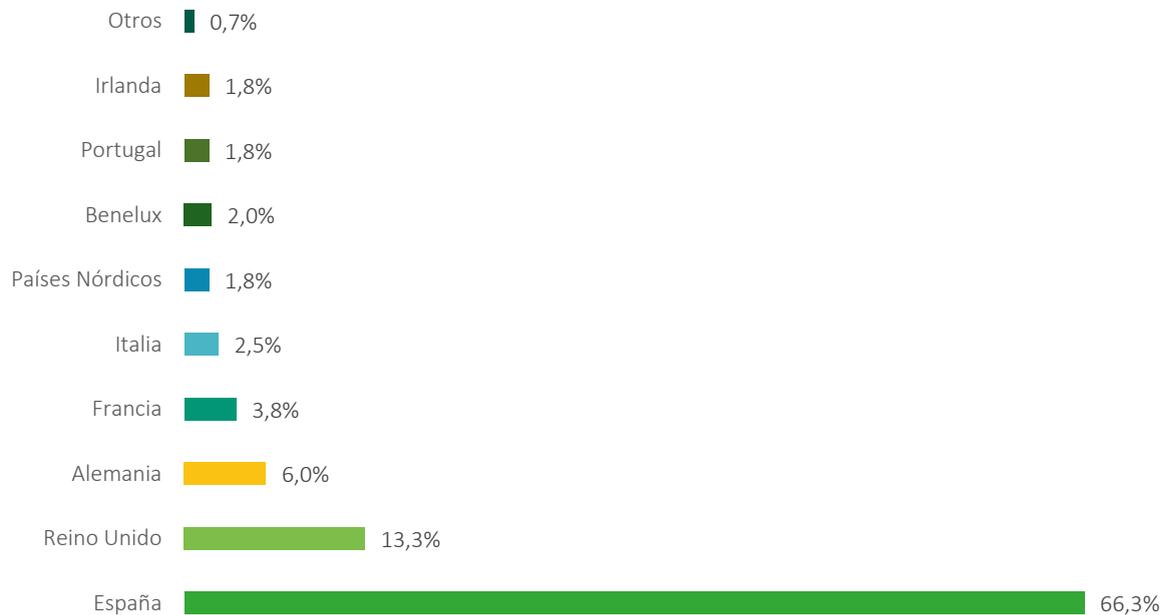


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## PAÍS DE ORIGEN

Con respecto al país de origen, se puede concluir que la Semana Santa de la ciudad atrae principalmente a visitantes del mercado nacional (más de seis de cada diez de los visitantes que visitan la ciudad residen en España; 66,3%). La cuota restante de visitantes procede de mercados internacionales, entre los que destacan el Reino Unido (13,3%), Alemania (6%), Francia (3,8%),

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



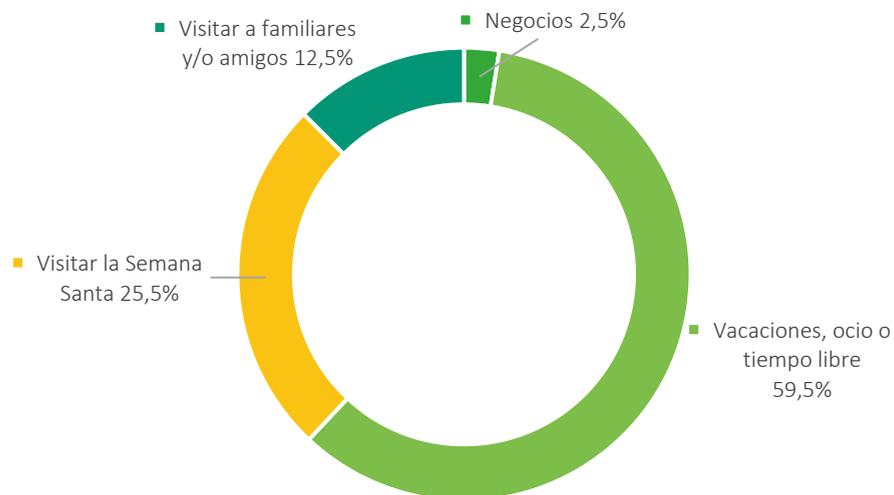
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Hábitos de consumo

### MOTIVO PRINCIPAL DE LA VISITA

En primer lugar, los visitantes que acuden a conocer la Semana Santa malagueña lo hacen porque se encuentran en la ciudad por vacaciones, ocio o tiempo libre (59,5%). A estos les siguen quienes afirmaron que se desplazaron a la ciudad por conocer la Semana Santa de manera específica (25,5%) y, en tercer lugar, se encuentran los que manifestaron que acudieron a conocer la Semana Santa porque se encontraban en la ciudad visitando a familiares y/o amigos (12,5%).

*Ilustración 14. Segmentación del visitante, espectador de la Semana Santa, por el criterio motivo principal de la visita.*

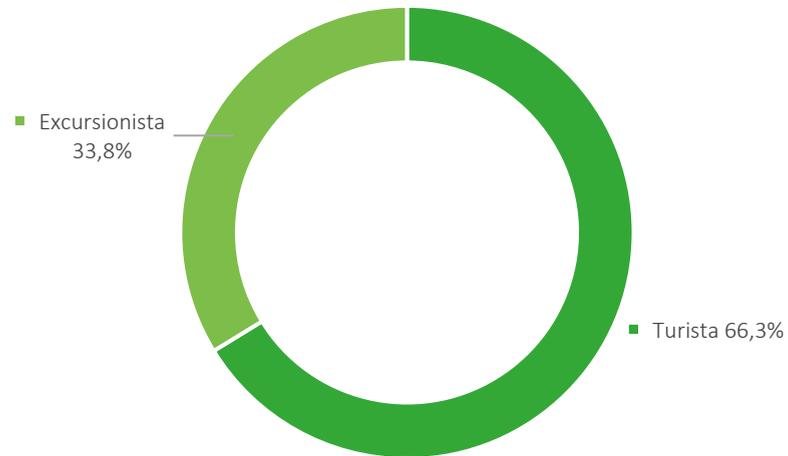


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## TIPO DE VISITANTE

De la totalidad de los espectadores de la Semana Santa de Málaga no residentes en la ciudad o en su área metropolitana, el 66,3% manifestaron ser turistas en el destino (pernoctan en la ciudad o en su área metropolitana durante su estancia), mientras que el 33,8% manifestaron ser excursionistas (no pernoctan en la ciudad o en su área metropolitana).

Ilustración 15. Segmentación del visitante, espectador de la Semana Santa, por el criterio tipo de visitante.

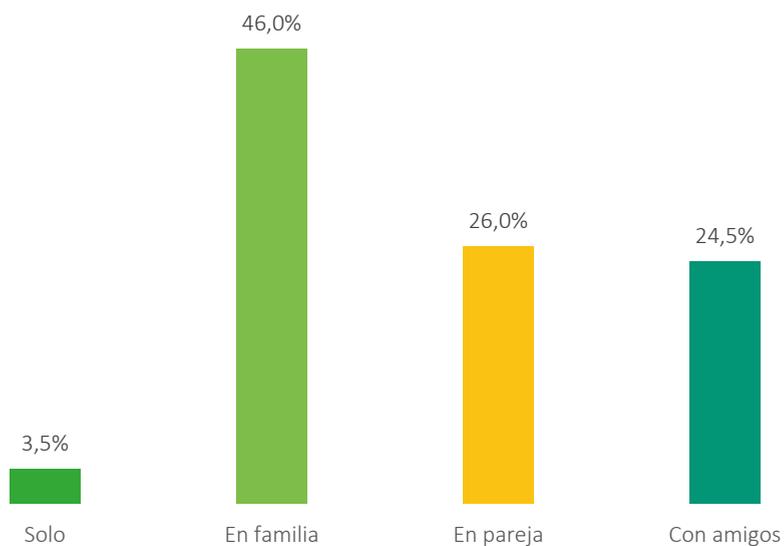


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## TIPO DE VISITA

En mayor medida, los visitantes que acuden a conocer la Semana Santa malagueña lo hacen en familia (46%), seguidos de los que lo hacen en pareja (26%) o con amigos (24,5%). Aquellos que visitan la Semana Santa solos suponen un 3,5% del total.

*Ilustración 16. Segmentación del visitante, espectador de la Semana Santa, por el criterio tipo de visita.*

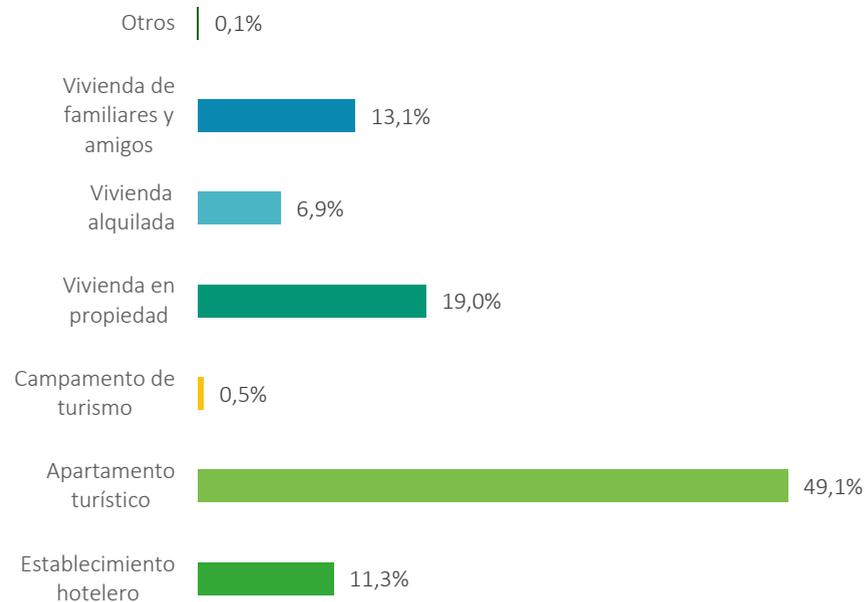


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

Entre los visitantes no residentes de la Semana Santa, aquellos que decidieron pernoctar en la ciudad o en su área metropolitana escogieron, en primer lugar, los apartamentos turísticos (49,1%). En segundo lugar, se encuentran los que afirmaron tener una vivienda en propiedad en el destino (19%) y, en tercer lugar, los que escogieron hospedarse en viviendas de familiares y amigos (13,1%). Los establecimientos hoteleros ocupan el cuarto lugar en esta clasificación, representando el 11,3% del total.

Ilustración 17. Segmentación del visitante, espectador de la Semana Santa, por el criterio tipo de alojamiento escogido.



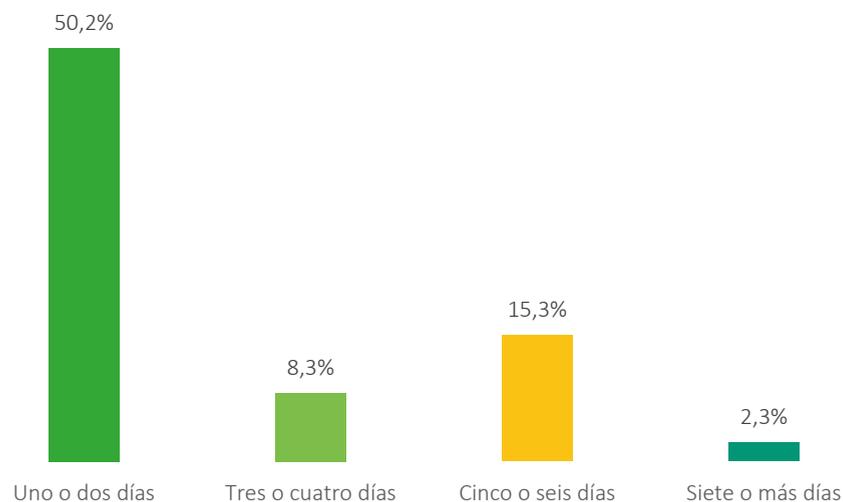
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## DURACIÓN DE LA VISITA

La **estancia media** del no residente en la ciudad de Málaga se sitúa en **4,3 días**; aunque de éstos, solamente **acuden a ver procesiones 2,6 días**, por término medio.

Hay que destacar que mayoritariamente los visitantes no residentes de la Semana Santa prolongan su estancia en el destino uno o dos días (50,2%). El siguiente intervalo más representativo es el de los que se quedan cinco o seis días (15,3%) y el de los que se quedan de tres a cuatro días (8,3%).

*Ilustración 18. Segmentación del visitante, espectador de la Semana Santa, por el criterio duración de la visita.*



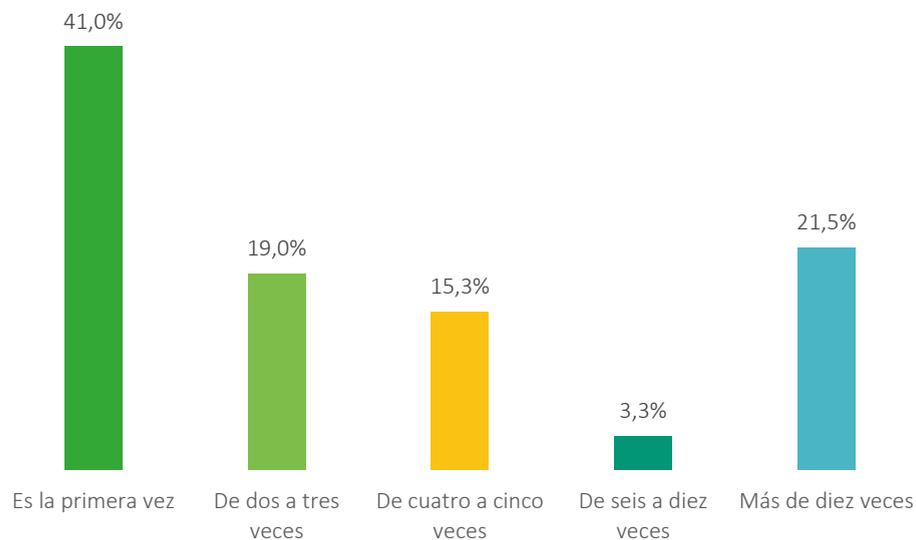
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## NÚMERO DE VISITAS

Aunque más de cuatro de cada diez de los visitantes que visitan la Semana Santa (41%) lo hicieron por primera vez en su edición de 2023, existe una importante cuota de visitantes que repiten su experiencia con los desfiles procesionales. Así, el 21,5% manifiesta haber acudido a la Semana Santa de Málaga en más de diez ocasiones.

Seguidamente, para el 19%, en 2023 fue entre su segunda o tercera visita a la Semana Santa malagueña y para el 15,3% fue entre su cuarta o quinta visita.

Ilustración 19. Segmentación del visitante, espectador de la Semana Santa, por el criterio número de visitas.



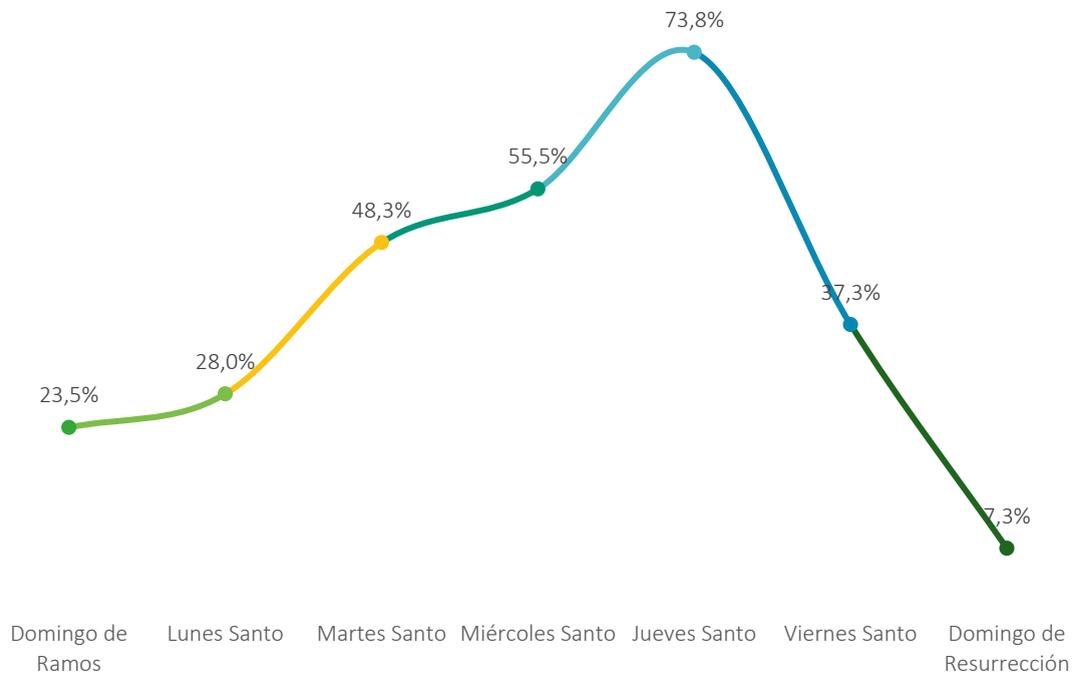
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## DÍAS DE LAS VISITAS

La distribución de las visitas de los visitantes para ver los desfiles procesionales no es homogénea entre todos los días en los que se celebra la Semana Santa. Así, el 73,8% de los visitantes que visitan la Semana Santa manifiestan que han visto procesiones o tienen intención de hacerlo durante el Jueves Santo; seguido éste del porcentaje obtenido para el Miércoles Santo (55,5%). A éstos les siguen el 48,3% para el Martes Santo y el 37,3% para el Viernes Santo.

En el resto de los días, los porcentajes descienden respecto a los anteriores, siendo del 28% para el Lunes Santo, del 23,5% para el Domingo de Ramos y del 7,3% para el Domingo de Resurrección.

*Ilustración 20. Segmentación del visitante, espectador de la Semana Santa, por el criterio días de las visitas.*



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## VINCULACIÓN CON LA SEMANA SANTA

Así, del total de visitantes encuestados con intención de visitar la Semana Santa, el 99,7% respondió que acude sólo como mero espectador. Un 3,3% afirmó ser hermano cofrade y un 1,3% afirmó ser hermano cofrade y además, participó en alguna procesión en la capital de la provincia de Málaga.

Ilustración 21. Segmentación del visitante, espectador de la Semana Santa, por el criterio vinculación con la Semana Santa.



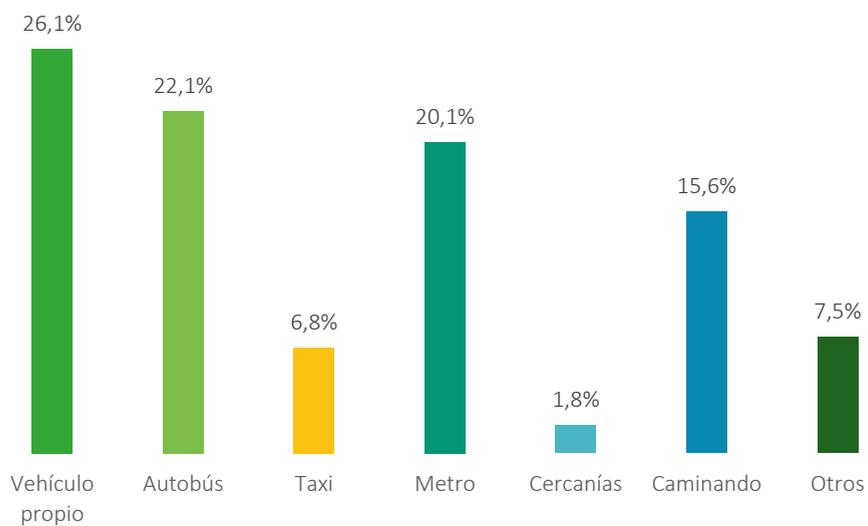
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## TIPO DE TRANSPORTE

Los medios de transporte más utilizados por los visitantes para llegar al centro de la ciudad de Málaga y ver los desfiles procesionales son: el vehículo propio (26,1%), el autobús (22,1%) y el metro (20,1%). A estos le siguen la opción de acudir caminando desde sus respectivos alojamientos (15,6%).

Otros transportes mencionados fueron: el taxi (6,8%) y el tren de cercanías (1,8%).

*Ilustración 22. Segmentación del visitante, espectador de la Semana Santa, por el criterio tipo de transporte.*

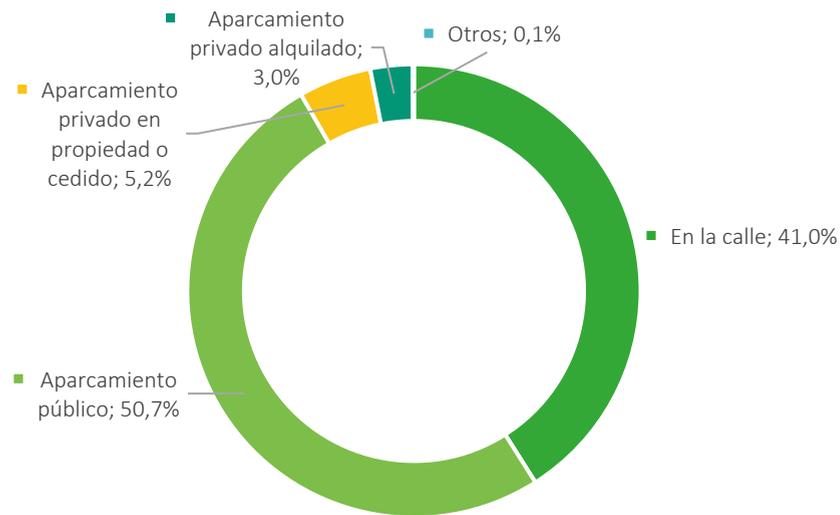


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## TIPO DE APARCAMIENTO UTILIZADO

De los visitantes que utilizan su propio vehículo para desplazarse al centro de la ciudad, más de la mitad decidieron estacionar en un aparcamiento público (50,7%). A éstos le siguen aquellos que estacionaron sus vehículos en la calle (41%) o bien un aparcamiento privado bien en propiedad o bien cedido (5,2%).

Ilustración 23. Segmentación del visitante, espectador de la Semana Santa, por el criterio tipo de aparcamiento utilizado.



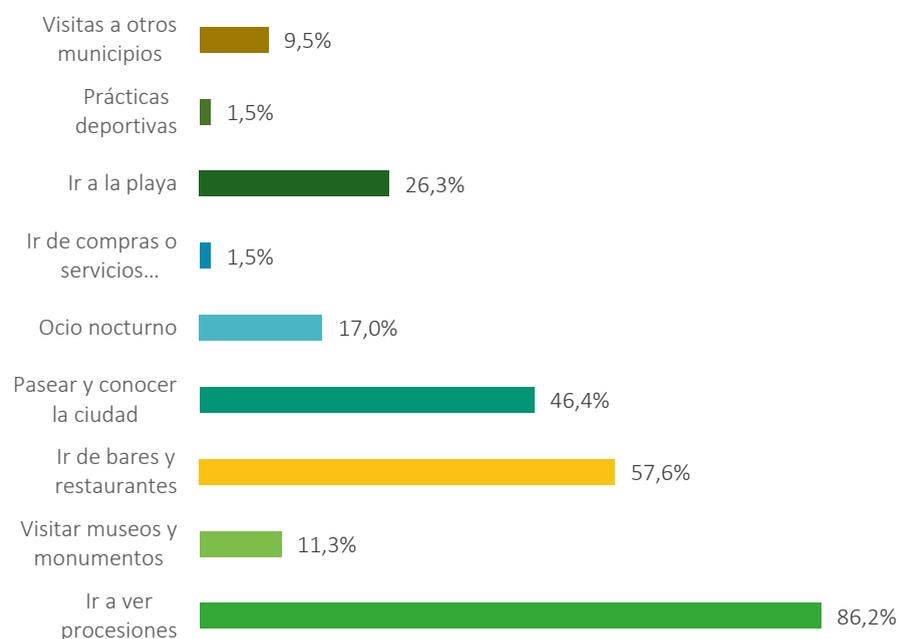
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS REALIZADAS

Sobre las actividades realizadas durante su visita a la Semana Santa, más de ocho de cada diez de los visitantes afirmó asistir a ver las procesiones (86,2%). Además, más de la mitad afirmó ir de bares y restaurantes (57,6%) y pasear para conocer la ciudad (46,4%); en cuarto lugar, uno de cada cuatro manifestó haber ido a la playa (26,3%).

El ocio nocturno de la ciudad fue consumido por el 17% de los visitantes, mientras que la visita a museos y monumentos fue respondida por el 9,5%.

*Ilustración 24. Actividades complementarias más realizadas por el visitante, espectador de la Semana Santa.*



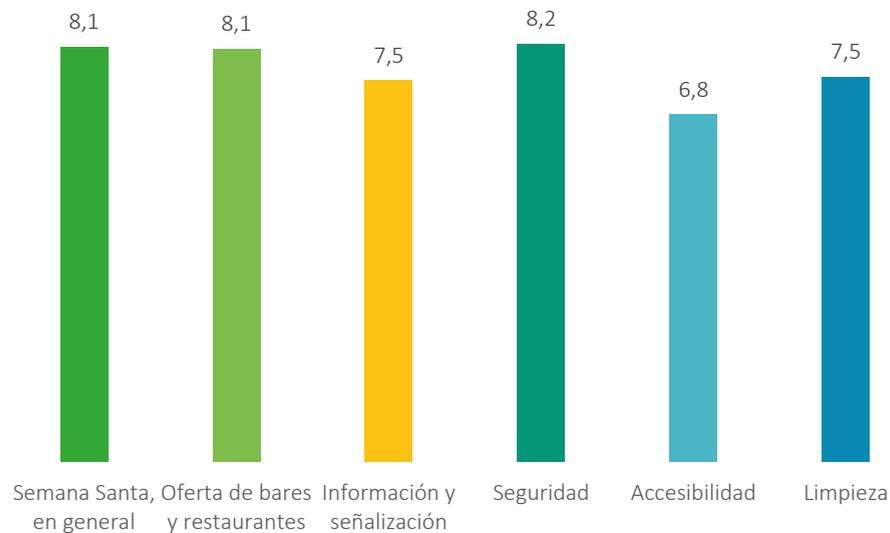
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Imagen y valoración

### VALORACIÓN

La satisfacción con la Semana Santa fue valorada por los visitantes de Málaga, en términos generales, con 8,1 puntos sobre 10. Los aspectos más valorados fueron la seguridad (8,2 puntos) y la oferta de bares y restaurantes (8,1).

Ilustración 25. Valoración del visitante, espectador de la Semana Santa.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Por otro lado, los factores que menos valoraron los visitantes fueron la accesibilidad (6,8 puntos) y la limpieza (7,5 puntos).









CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA Y DEL IMPACTO ECONÓMICO



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

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

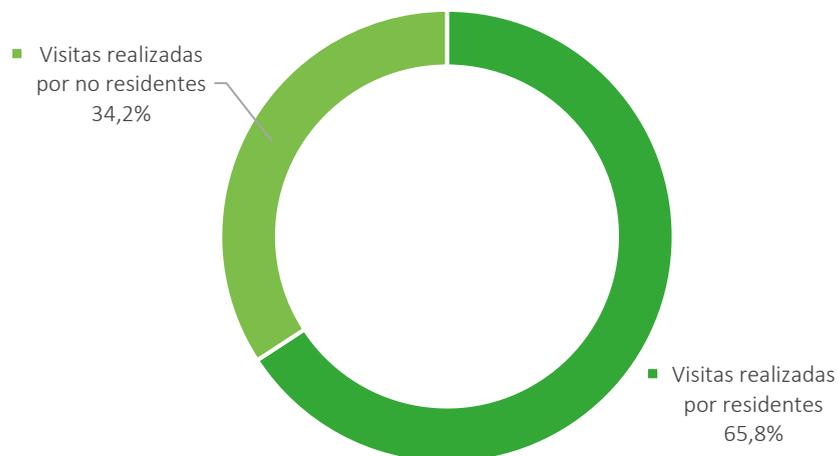
### 6.1.- VISITAS RECIBIDAS POR LA SEMANA SANTA DE MÁLAGA

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

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

De esta manera, se estima que la Semana Santa de Málaga, recibió **más de 2,1 millones de visitas en el año 2023** (entre residentes y no residentes); **un 48,9% más que en el año 2018**. De éstas, el 65,8% son realizadas por los residentes de la ciudad o su área metropolitana, el 34,2% por los no residentes (turistas o excursionistas) que se encuentran tanto en la ciudad como en su área metropolitana durante la celebración de la Semana Santa.

Ilustración 27 Distribución de las visitas por tipología de visitante



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Cuantificando el total de espectadores, se obtiene que **la Semana Santa de Málaga recibió la visita de más de 596.139 personas**. Éstas se distribuyen de la siguiente manera: el 54,1% fueron de residentes en la ciudad o en su área metropolitana y el 45,9% de no residentes en la ciudad o en su área metropolitana.

Con esta información, se puede concluir que **la tasa de penetración de la Semana Santa entre la población censada en la capital es del 55%**. Esto quiere decir que más de la mitad de los residentes de Málaga capital acudieron a visitar los desfiles procesionales de su ciudad.

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

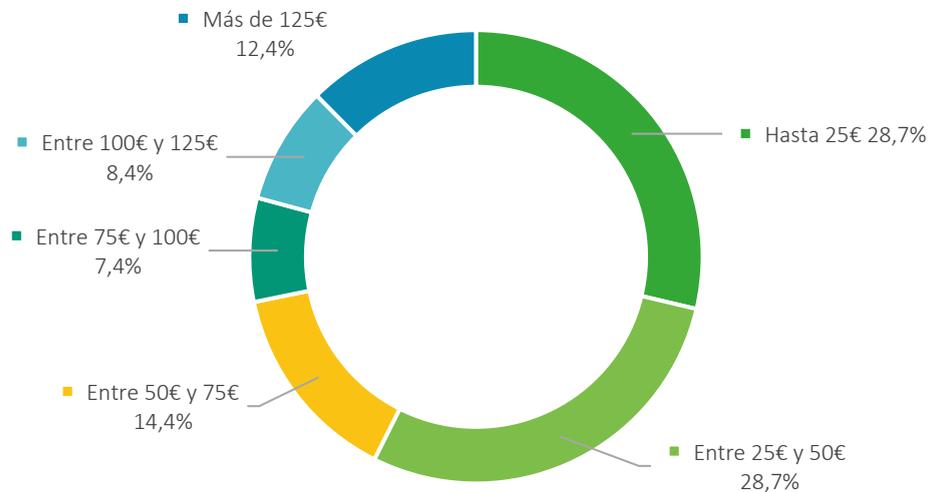
Estimada la audiencia total de la Semana Santa y el número de visitas que, en suma, realizan todas las personas que acuden a verla, el siguiente paso fue obtener el gasto generado por cada visita.

## GASTO POR VISITA A LA SEMANA SANTA DEL RESIDENTE

En el caso del residente que acude a visitar la Semana Santa de Málaga, por término medio, **el gasto por visita se sitúa en los 56,42 euros.**

En mayor porcentaje, el gasto del residente para su visita a la Semana Santa es menor a 50€; así lo respondieron el 57,4% de los entrevistados. Seguidamente, se encuentran los residentes que manifestaron haber gastado entre 50€ y 75€ para cada visita a la Semana Santa.

Ilustración 28 Distribución por tramos del gasto del residente espectador de la Semana Santa

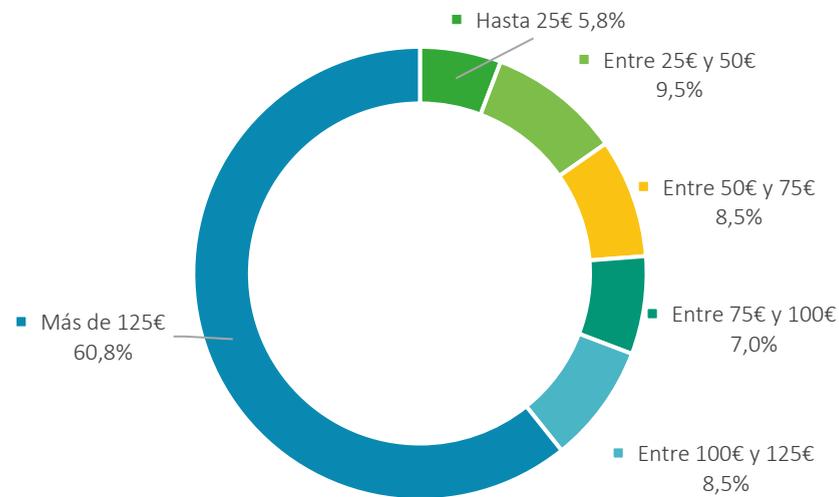


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## GASTO POR VISITA A LA SEMANA SANTA DEL TURISTA

Por término medio, **el visitante de la ciudad de Málaga que decide conocer la Semana Santa gasta 242,68 euros por visita.** Más de seis de cada diez de los visitantes espectadores de la Semana Santa manifestaron incurrir en un gasto superior a 125€ para cada visita. En segundo lugar, se encuentran los que afirmaron haber gastado de 25€ a 50€ (9,5%) y, en tercer lugar, los que respondieron haber gastado entre 100€ y 125€ (8,5%).

Ilustración 29 Distribución por tramos del gasto del visitante espectador de la Semana Santa



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

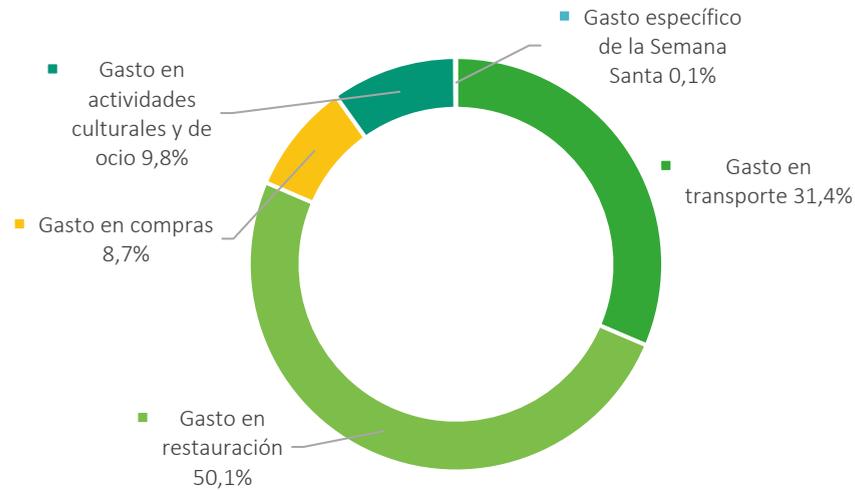
### 6.3.- DETERMINACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO

Para poder determinar los efectos económicos totales del exceso de demanda de bienes y servicios provocados por los espectadores de la Semana Santa de Málaga en su última edición, es necesario determinar un vector de gasto que determine qué porcentaje del gasto total se destina a cada uno de los subsectores económicos del tejido empresarial andaluz.

De esta manera, para el caso de los espectadores residentes en la ciudad o en su área metropolitana, más de la mitad del gasto se destina a la **restauración (50,1%)**. A este le siguen el gasto dedicado al transporte (31,4%) y el destinado a actividades culturales y de ocio (9,8%). Finalmente, se sitúa el gasto destinado a las compras (8,7%) y el destinado al consumo de bienes y servicios directamente relacionados con los desfiles procesionales de la Semana Santa (0,1%).

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

Ilustración 30 Distribución por partidas del gasto del residente espectador de la Semana Santa



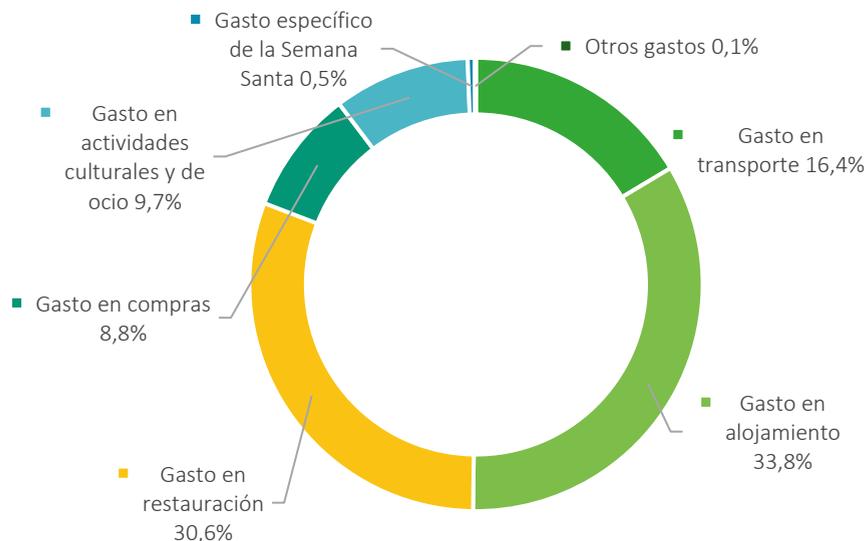
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Por su parte, los espectadores de la Semana Santa que no son residentes en la ciudad o en su área metropolitana destinan principalmente su gasto al alojamiento para su estancia (33,8%); aunque le sigue de cerca el gasto destinado a la restauración (30,6%).

En tercer lugar, se sitúa el gasto destinado al transporte para sus visitas a los desfiles procesionales (16,4%) y le siguen: el gasto en actividades culturales y de ocio (9,7%) y el gasto en compras (8,8%).

De manera residual se encuentran los gastos destinados específicamente para con los desfiles procesionales de la Semana Santa (0,5%), así como el resto de los gastos destinados a otros sectores productivos (0,1%).

Ilustración 31 Distribución por partidas del gasto del residente espectador de la Semana Santa



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Como ya se ha mostrado en este estudio, los efectos económicos directos del consumo generado por los espectadores de la Semana Santa de Málaga, en su edición 2023, se ha calculado en base a la frecuencia de consumo y el importe exacto de cada una de las diferentes partidas incluidas en el estudio. Éstas son: transporte hasta la ciudad, alojamiento en la ciudad, compras alimenticias, compras no alimenticias, excursiones o visitas organizadas, restauración, transporte en la ciudad, actividades culturales, actividades de ocio y consumo de servicios específicos de la Semana Santa (alquiler de sillas, tribunas y balcones, y participación en procesiones y otros gastos asociados).

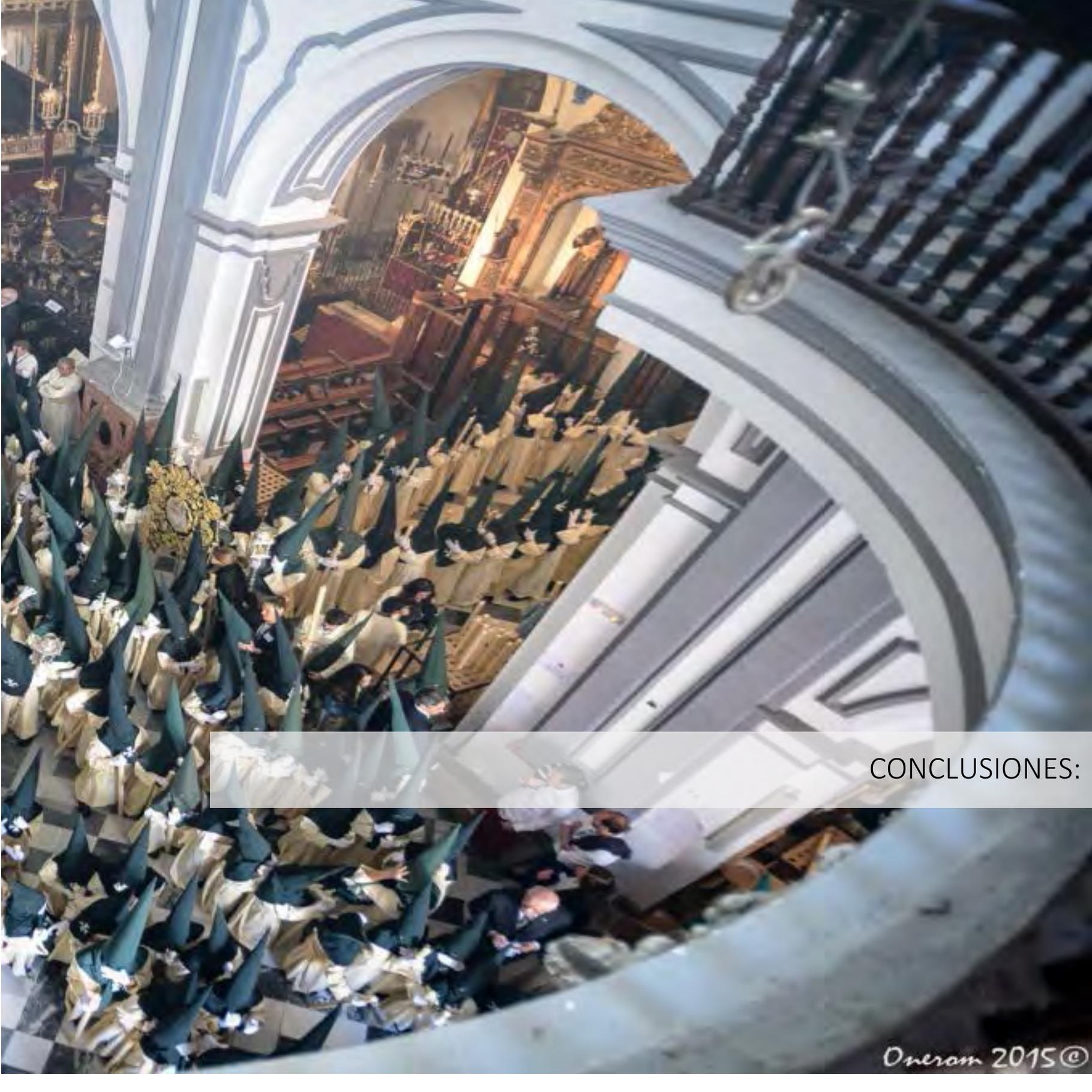
Así, se estima que **los efectos económicos directos asociados al consumo de los espectadores de la Semana Santa de Málaga, en su edición 2023, asciende a 253,72 millones de euros**. Esto supone hablar de un incremento acumulado respecto a la edición del 2018 del 372,5%; derivado, sobre todo de la mayor demanda de bienes y servicios generada por el incremento del número de espectadores no residentes de la Semana Santa.

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

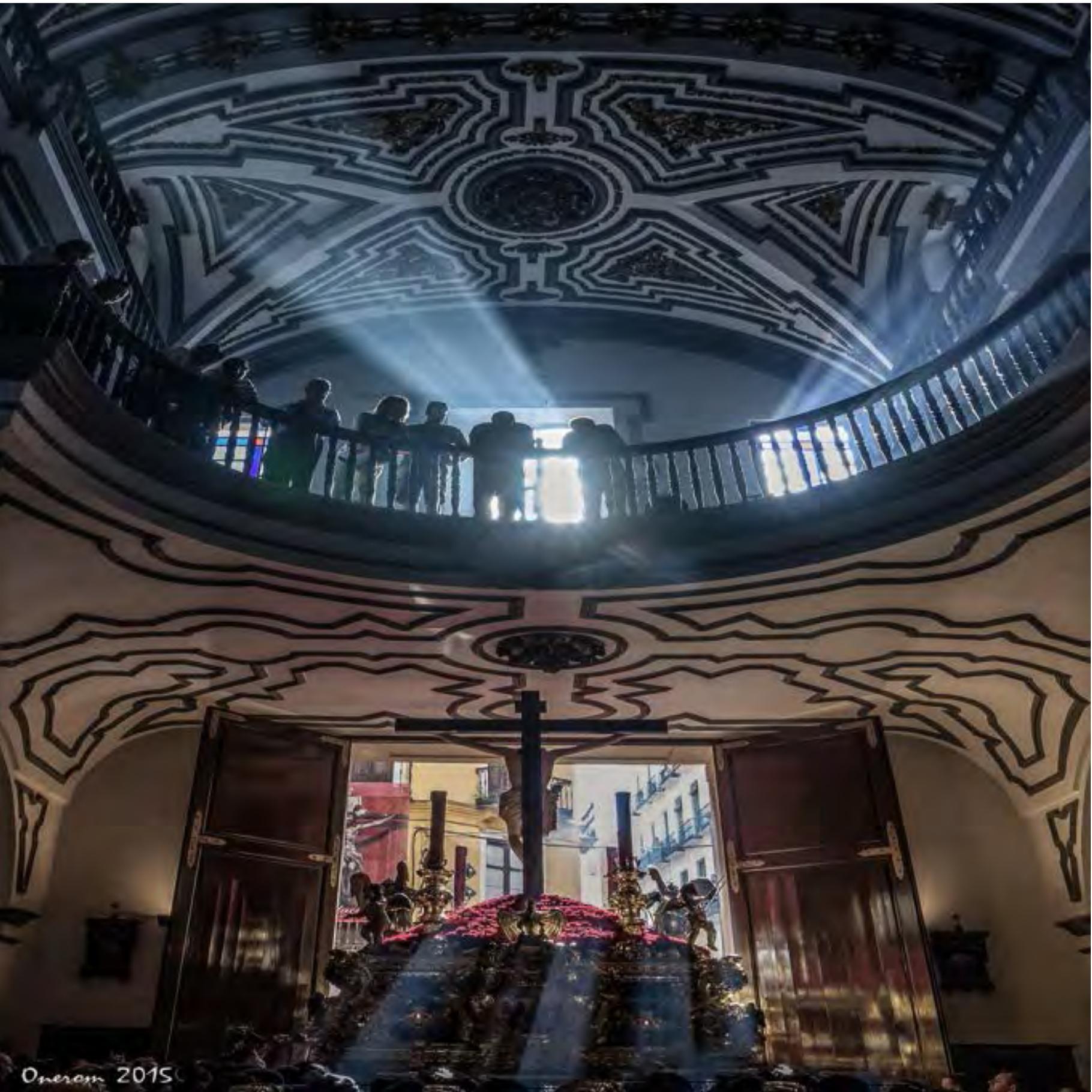
Estos efectos económicos directos, a su vez, han provocado un aumento en la producción de bienes y servicios de manera indirecta e inducida. Considerando este flujo económico en los distintos subsectores económicos del tejido empresarial andaluz, se puede concluir que **los efectos económicos totales generados por el consumo de los espectadores de la Semana Santa ascendieron a los más de 393,99 millones de euros**. En comparación al 2018, última edición de este estudio, se obtiene un incremento del 283,6%.

Siguiendo la misma metodología utilizada para el cómputo de los efectos económicos de la Semana Santa, se puede obtener el **efecto total en el empleo**, generado por la demanda de los espectadores. Así, para el año 2023, se cuantifica la creación de **3.612 empleos equivalentes**; lo que supone hablar de un incremento del 166% en comparación a los resultados obtenidos en el 2018.





CONCLUSIONES:



## 7.- CONCLUSIONES

En este apartado reflejaremos las principales conclusiones derivadas del presente estudio, cuyo objetivo general es, tal como se recogió anteriormente: **“Determinar el impacto económico generado por los 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”**.

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

- A pesar de que en el presente estudio analizamos únicamente el impacto económico generado por los espectadores de la Semana Santa de Málaga, resulta muy importante dejar claro que las repercusiones económicas de todo lo que rodea a esta, va mucho más allá de esta dimensión de gasto de los visitantes durante el periodo concreto de la Semana Mayor.
- Adicionalmente, a lo analizado en este estudio, hay que mencionar, de acuerdo con el informe de esta misma Cátedra sobre el impacto económico de la industria cofrade, un impacto anual, directo e indirecto que supera los 24 millones de euros.
- Asimismo, resultaría de gran trascendencia poder avanzar en el conocimiento profundo de otras dimensiones económicas, tanto directas como inducidas, que genera la Semana Santa entre las que cabe mencionar el importante movimiento empresarial que genera la gran devoción y atracción que supone la misma para los malagueños.
- Aunque en este estudio nos centremos en los siete días que centran el objeto fundamental de la Semana Santa, su impacto económico y su relevancia en la ciudad repercute de manera directa e inducida en todo el año.
- Existe una gran disparidad de cifras que hacen referencia al impacto económico de la Semana Santa, pero en la gran mayoría de los casos obedecen a estimaciones sin base metodológica rigurosa, o en otros casos

se refieren a aspectos parciales de la generación de riqueza que produce la Semana Santa, como es el caso de la repercusión económica únicamente de los turistas.

## SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES

- Se cifra en más de 2,1 millones las visitas cuya motivación principal ha sido presenciar la Semana Santa de Málaga en el año 2023. El 65,8% de ellas han sido realizadas por los residentes en la ciudad o en su área metropolitana y el 34,2% por los no residentes (turistas o excursionistas).
- El número de personas que ha movido la Semana Santa en este año han superado las 596.000, de las cuales el 54,1% son residentes y el 45,9% visitantes de la ciudad o de su área metropolitana. Esto supone un crecimiento del 59% respecto al 2018.
- Mayoritariamente el público que le gusta disfrutar en vivo de la Semana Santa puede considerarse relativamente joven, aunque es importante resaltar que la edad media del residente que acude a ver los desfiles procesionales es significativamente inferior a la de los visitantes y, además, inferior al promedio obtenido para los residentes en el año 2018.
- Los residentes suelen bajar a ver las procesiones mayoritariamente con amigos, mientras que los visitantes lo hacen en mayor medida acompañados de sus familiares.
- Existe una fuerte fidelidad a la Semana Santa entre los residentes, que acuden de manera sistemática año tras año a presenciar las procesiones.
- También resulta de interés destacar que, aunque lógicamente entre los visitantes no residentes predominan los que visitan la Semana Santa por primera vez, hay un nicho relevante que lo ha hecho ya en más de diez ocasiones.
- El medio de transporte para desplazarse al centro de la ciudad está muy condicionado por el perfil del visitante. En el caso de los residentes se ha conseguido que la utilización del vehículo privado sea baja, en favor del transporte público e incluso de acudir a pie al centro. Rema a favor, el hecho de que el Metro

de la ciudad llegue hasta el distrito centro; hito que ha colocado este medio de transporte como el segundo más usado por los residentes para sus desplazamientos durante la Semana Santa. En los visitantes el vehículo propio y el autobús, que surge como medio de las excursiones organizadas, se convierten en los principales medios de transporte seguido del metro.

### SOBRE LOS HÁBITOS COFRADES

- A pesar del poder de atracción de la Semana Santa sobre los residentes, resulta llamativo, que sólo uno de cada tres de los que acuden a ver las procesiones son hermanos de cuota de alguna cofradía, y tan solo el 16,8% de ellos participa de manera directa en las procesiones. En el caso de los visitantes, lógicamente la tasa de participación directa es muy baja, aunque existe un 3% que manifiesta ser hermano de una cofradía.
- Más de la mitad de los residentes acuden a diario, salvo el Domingo de Resurrección, a ver las procesiones, aunque los días de mayor visita de este colectivo son el Jueves Santo y el Miércoles Santo. El jueves es el día de mayor demanda también para los visitantes.
- Por término medio los residentes bajan a ver las procesiones 4,3 días durante la semana, mientras que los visitantes lo hacen por término medio 2,6 días.

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

- El gasto medio por visita del residente se cifra en 56,42€. Más de la mitad de los residentes afirmó gastar menos de 50€ por cada visita a la Semana Santa de Málaga.
- En el caso de los visitantes, el gasto medio diario cuatriplica al del residente, ascendiendo a 242,68€ afectado, principalmente por el gasto extra en el alojamiento en el destino. Más de seis de cada diez afirmaron destinar más de 125€ por visita a la Semana Santa durante su estancia.

- En base a todos los datos anteriores se estima que el impacto económico directo durante la Semana Santa asciende a 253,7 millones de euros. En términos de variación interanual acumulada supone hablar de un crecimiento del 372,5% respecto a la edición del 2018.
- Añadiéndole los efectos indirectos e inducidos, el impacto total del gasto generado por los “espectadores” a la Semana Santa de Málaga en el año 2023 ha sido de 393,9 millones de euros. Lo que supone un incremento del 283,6% respecto al último estudio realizado (2018).
- Y dicho impacto económico, de acuerdo con la metodología de análisis, se estima que ha generado durante la Semana Santa 3.612 nuevos empleos equivalentes; lo que supone hablar de un crecimiento respecto al 2018 del 166%.



REFERENCIAS:



## 8.- REFERENCIAS

### **ESTUDIOS, INFORMES Y MONOGRÁFICOS**

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

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

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

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

del Alcázar, B.; González, E. y Sierra, P. (2016): Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes a la Semana Santa 2016. Cátedra de Estudios Cofrades de la Universidad de Málaga y Fundación Lágrimas y Favores.

del Alcázar, B.; González, E. y Sierra, P. (2018): Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes a la Semana Santa 2018. Cátedra de Estudios Cofrades de la Universidad de Málaga y Fundación Lágrimas y Favores.

del Alcázar, B.; Moniche, L. y Aróstegui, A. (2020): Análisis del impacto de la actividad económica de la industria cofrade de la ciudad de Málaga. Cátedra de Estudios Cofrades de la Universidad de Málaga y Fundación Lágrimas y Favores.

EMT (2023): Movimiento de pasajeros en transporte público de la ciudad. Empresa Municipal de Transportes.

Encuesta Social Malagueña (ESMA). Estudio CISA 006. Edición 2022. Universidad de Málaga.

INE (2023): Encuesta de Ocupación Hotelera. Instituto Nacional de Estadística.

INE (2023): Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos. Instituto Nacional de Estadística.

INE (2023): Padrón municipal. Instituto Nacional de Estadística.

METRO MÁLAGA (2023): Movimiento de viajeros en Metro Málaga durante la Semana Santa de 2023. Metro Málaga.

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

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

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

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

#### **PÁGINAS WEB Y OTROS RECURSOS ONLINE:**

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

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

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



Onerom 2019



CÁTEDRA DE  
ESTUDIOS COFRADES



FUNDACIÓN  
lágrimas  
y favores



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

Colaboran:

málaga



metro  
Málaga