



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:

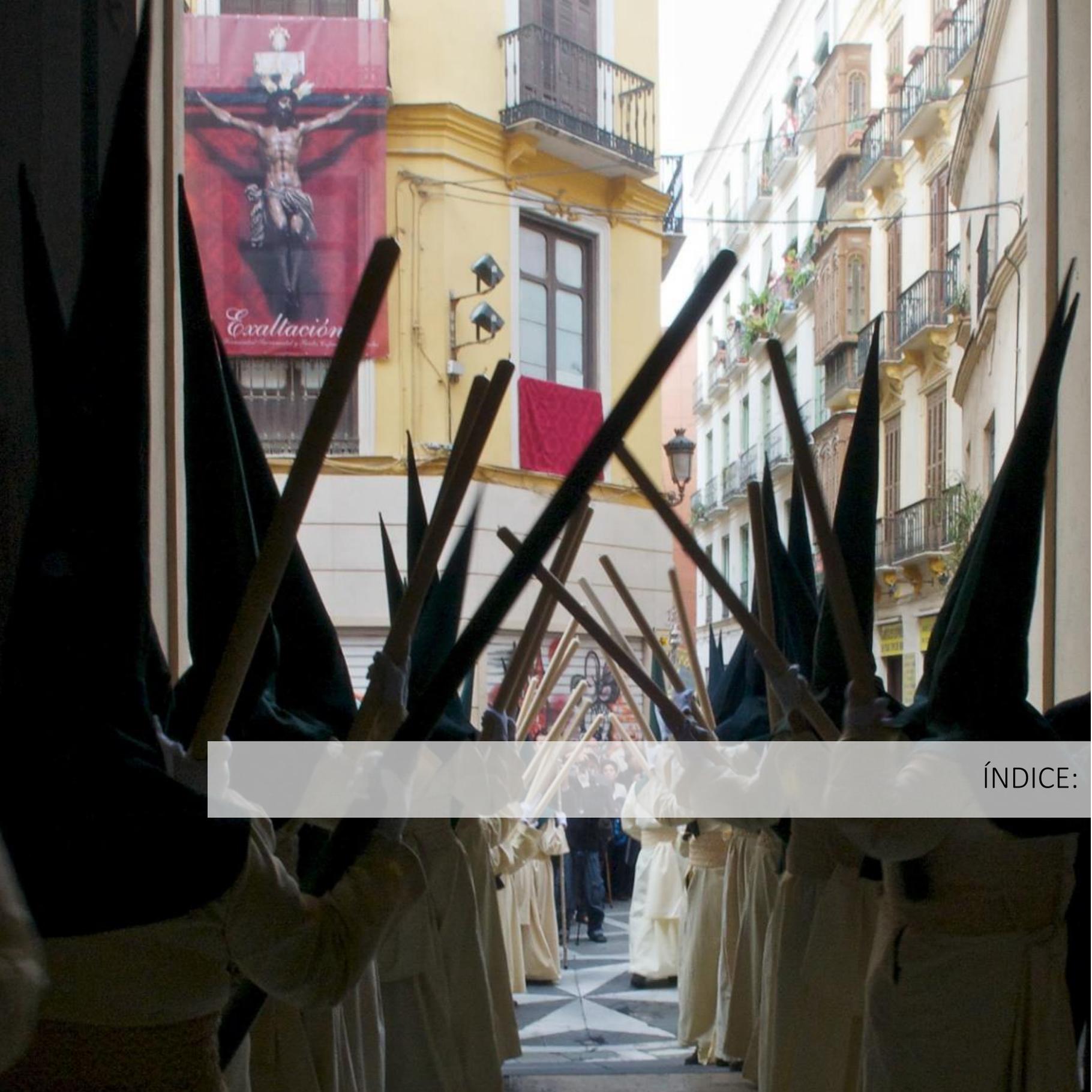
Dr. D. Benjamín del Alcázar Martínez.
Dra. Dña. Eva María González Robles.
Dr. D. Plácido Sierra Herrezuelo.
Dra. Dña. Laura Moniche Bermejo.

Cátedra de Estudios Cofrades 2023.
Fundación Lágrimas y Favores.
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA.

Estudio de campo: accionmk.com

Banco de imágenes: Armando Moreno
(Oherom) 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.





מִיִּשְׁרָאֵל כִּי הוֹדִים
ΟΥΤΟΕΣΤΙΝΕΛΛΑΤΟΡΟΒΑΤΙΜΟΝΟΛΟΓΑΝ
HIGEST - IESNAZAR - PENIXDAUORM

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

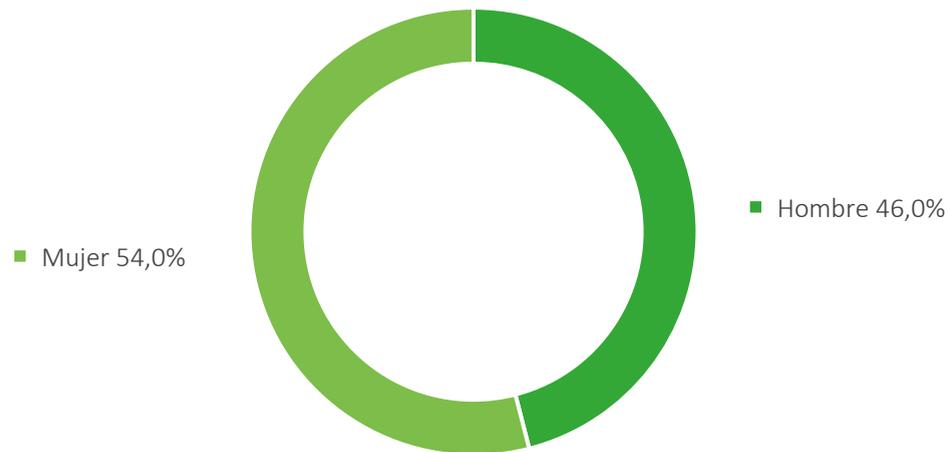
En este apartado nos aproximaremos al perfil y hábitos del primer y más numeroso grupo de público, los residentes, e intentaremos describir el perfil demográfico, sus hábitos de visita con relación a la Semana Santa, su grado de implicación en la misma y sus hábitos de gasto y/o consumo con motivo de 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.

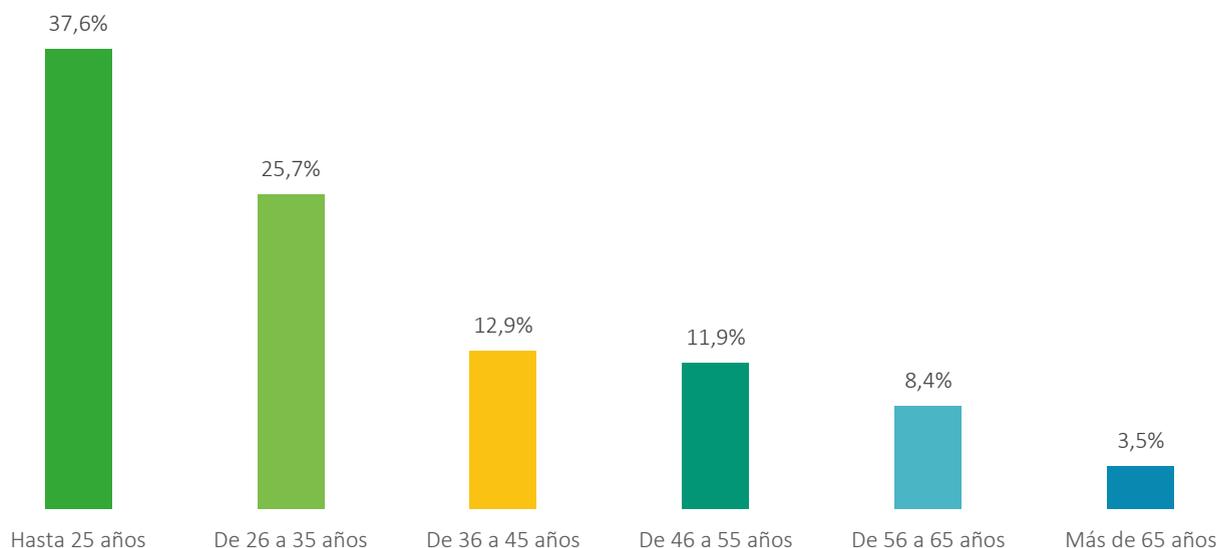


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.



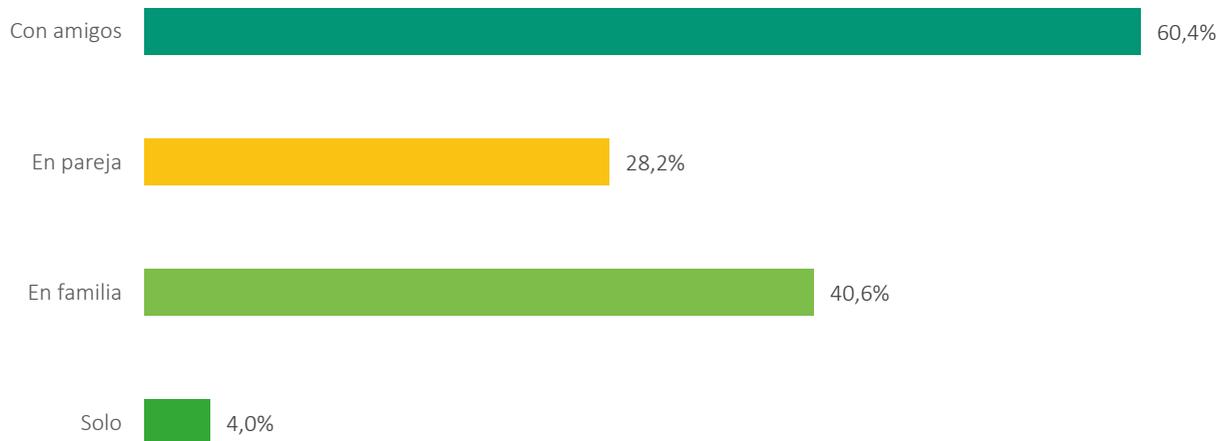
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.



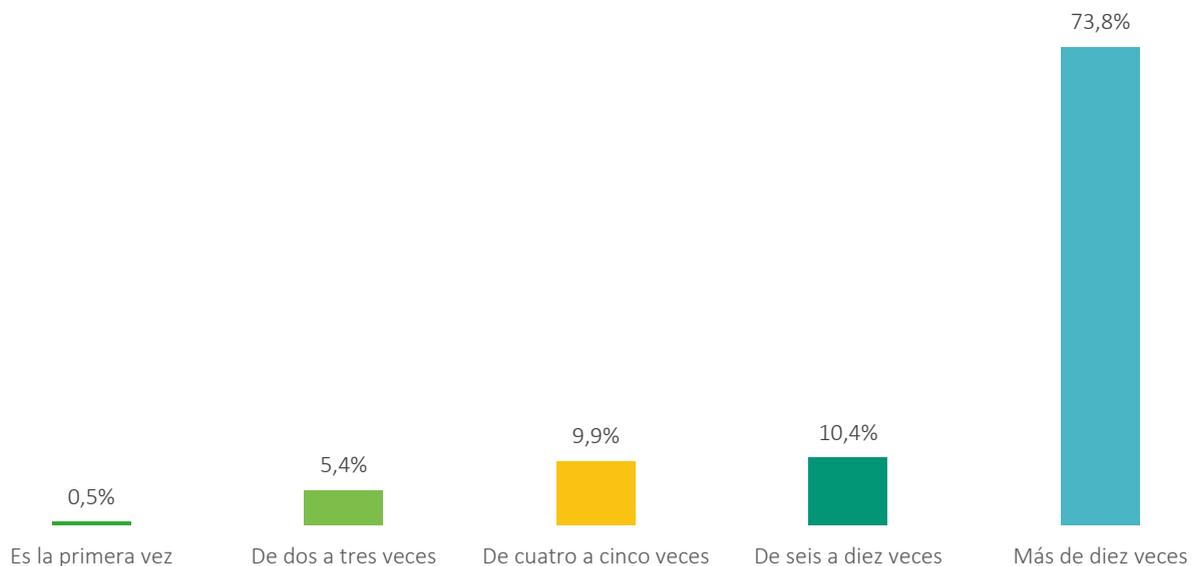
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.



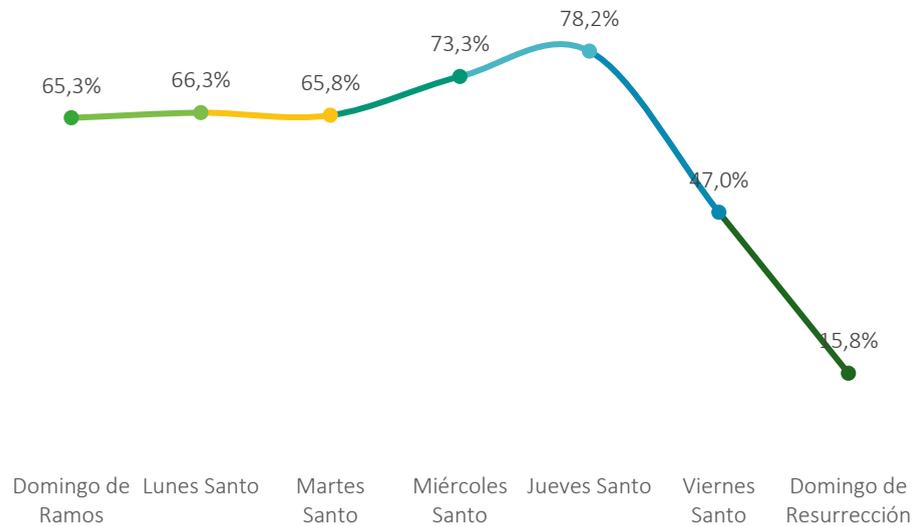
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.

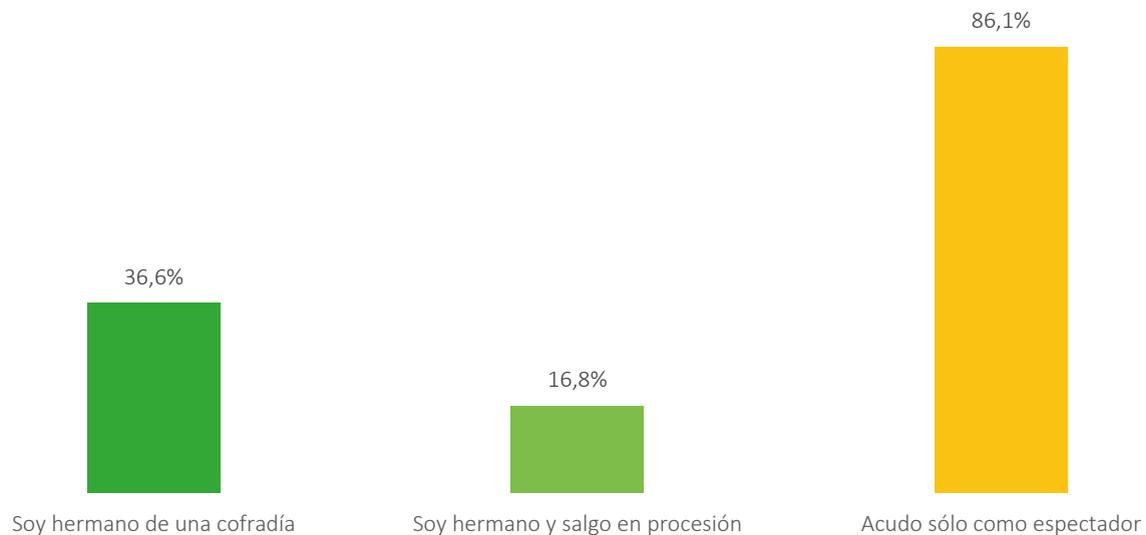


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.

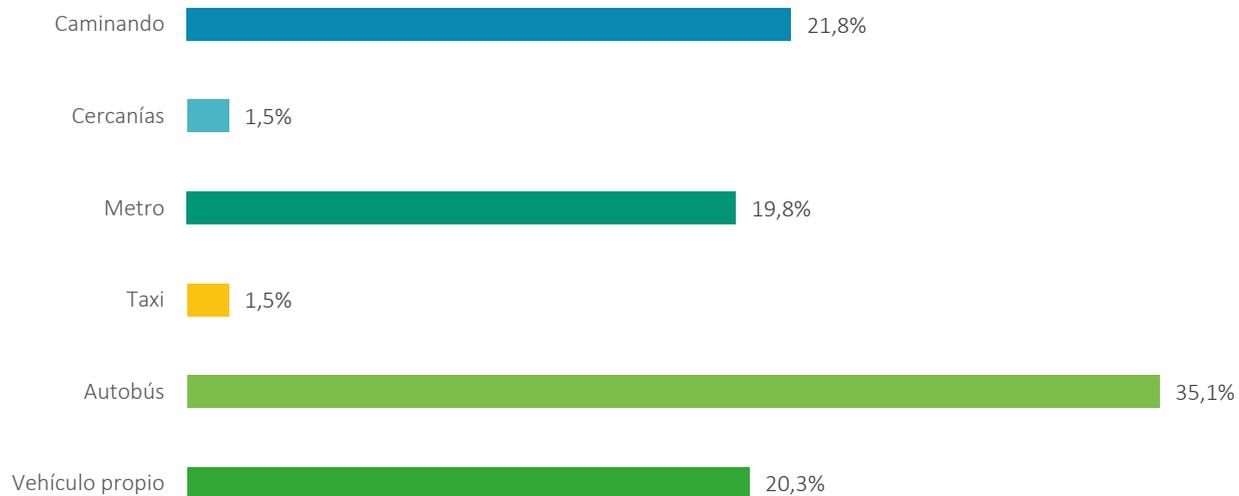


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.

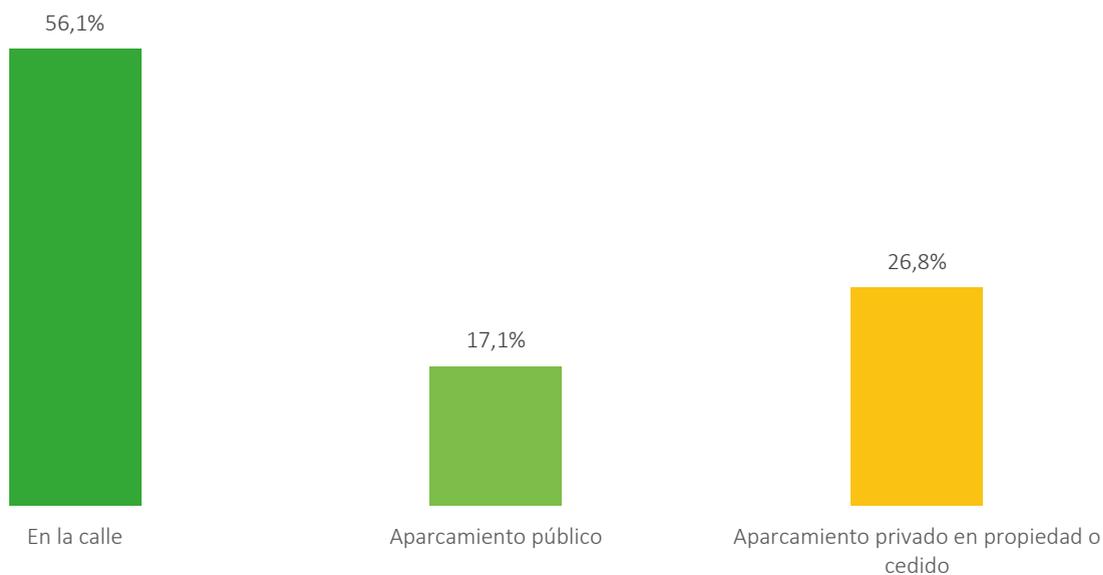


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.



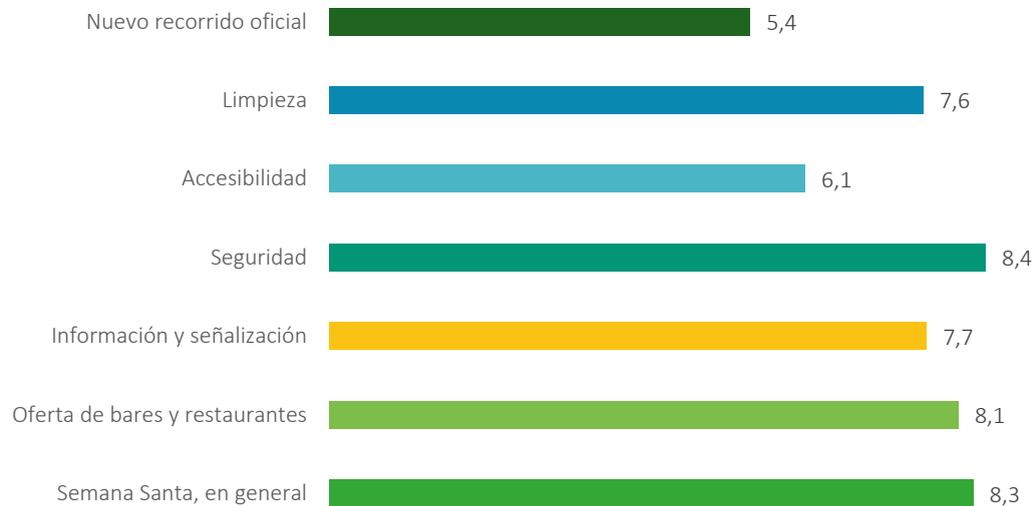
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.





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 deep red background, which is partially obscured by a dark, shadowed area on the left. A semi-transparent white 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

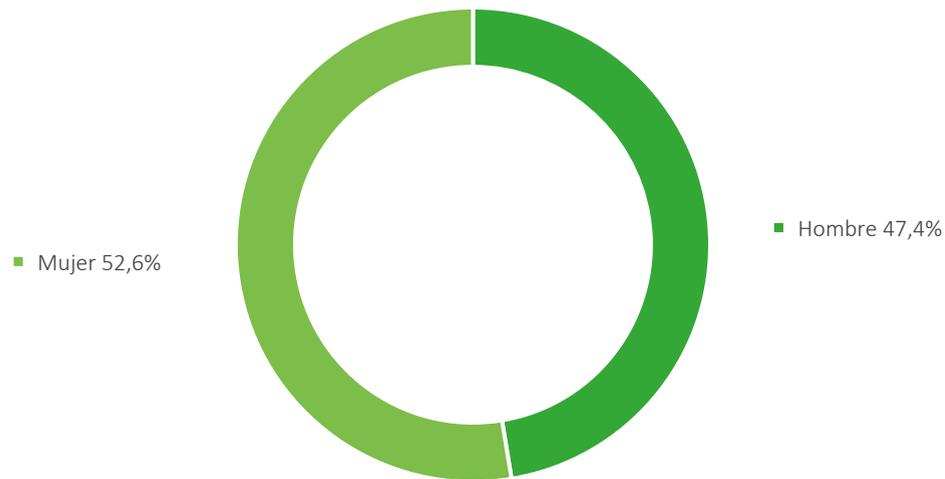
Este segundo grupo hace referencia a la población que manifiesta haber visitado nuestra ciudad de manera específica durante la celebración de la Semana Santa de Málaga. Sin incluir a los residentes en la ciudad o en su área metropolitana, este apartado describe a los no residentes (que pernoctaron en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



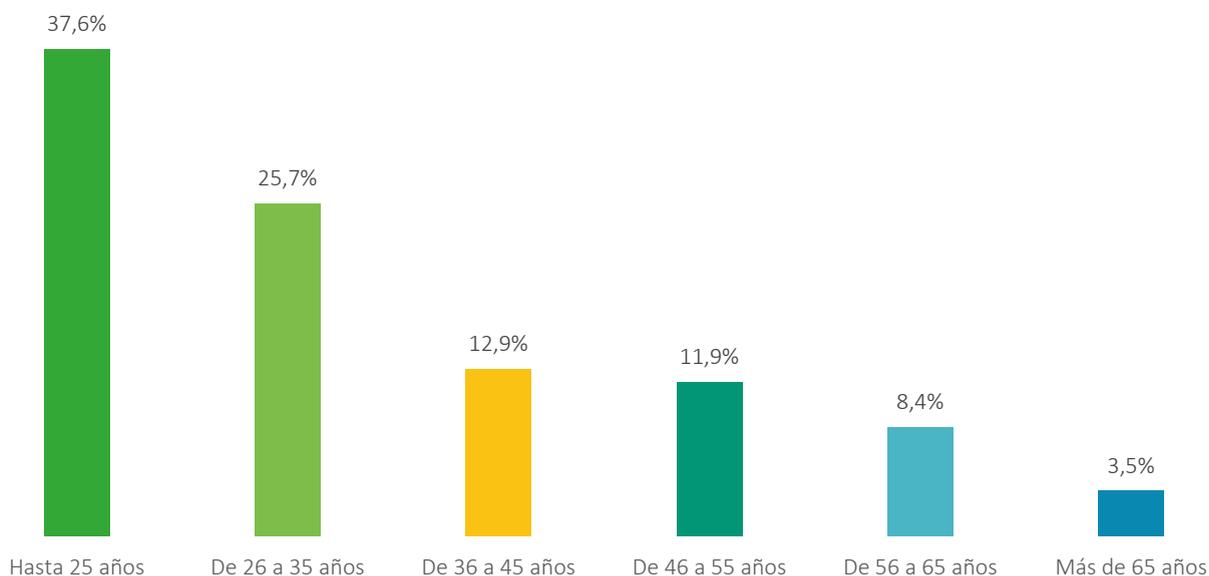
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.

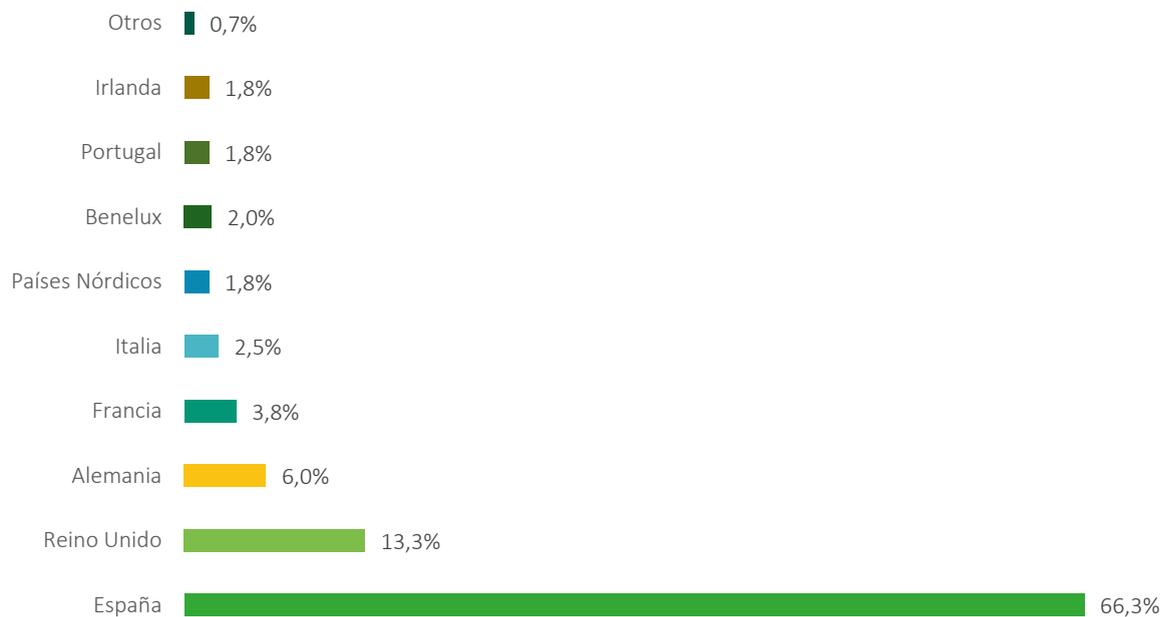


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.



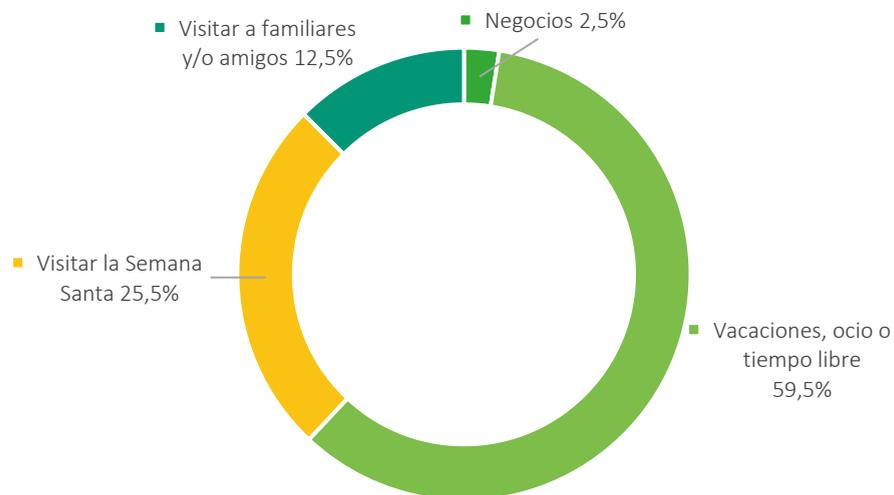
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.

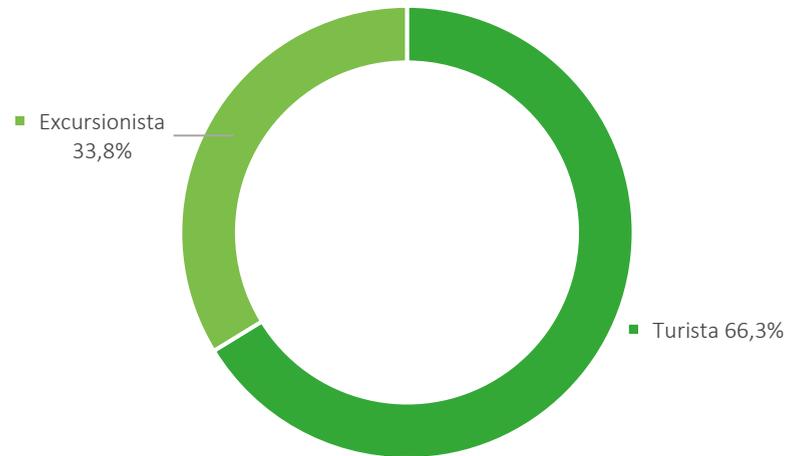


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.

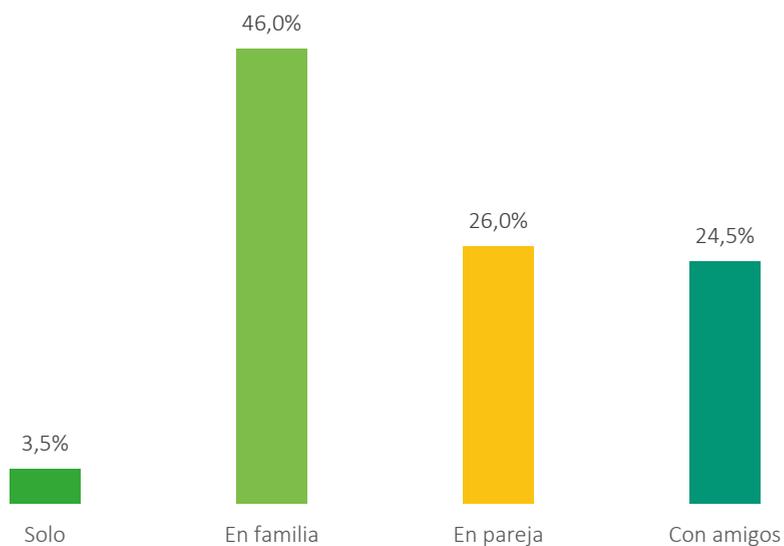


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.

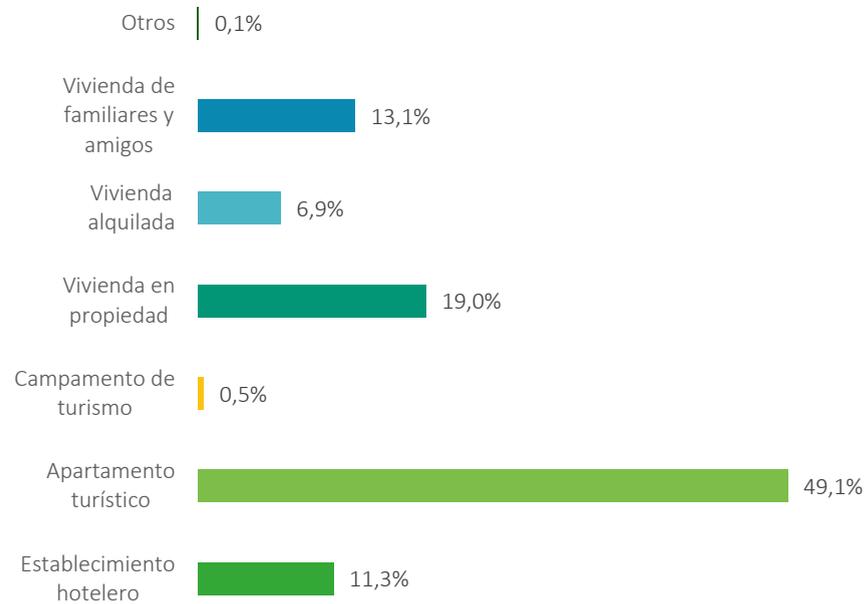


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.



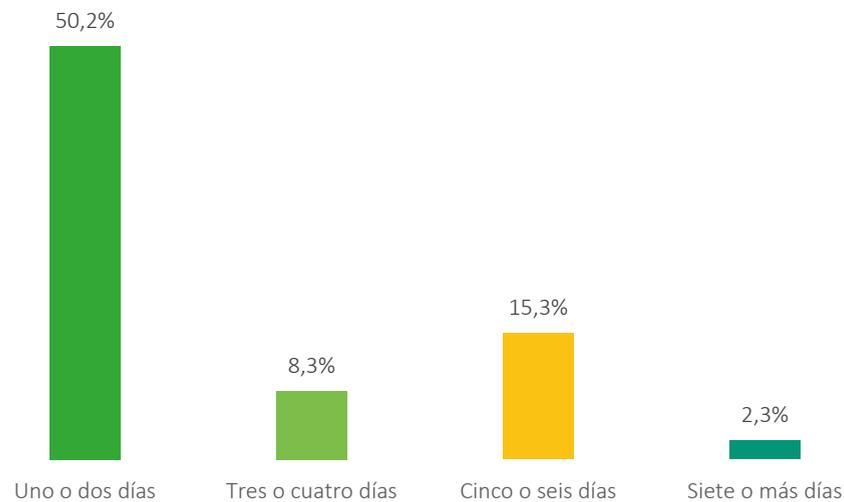
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.



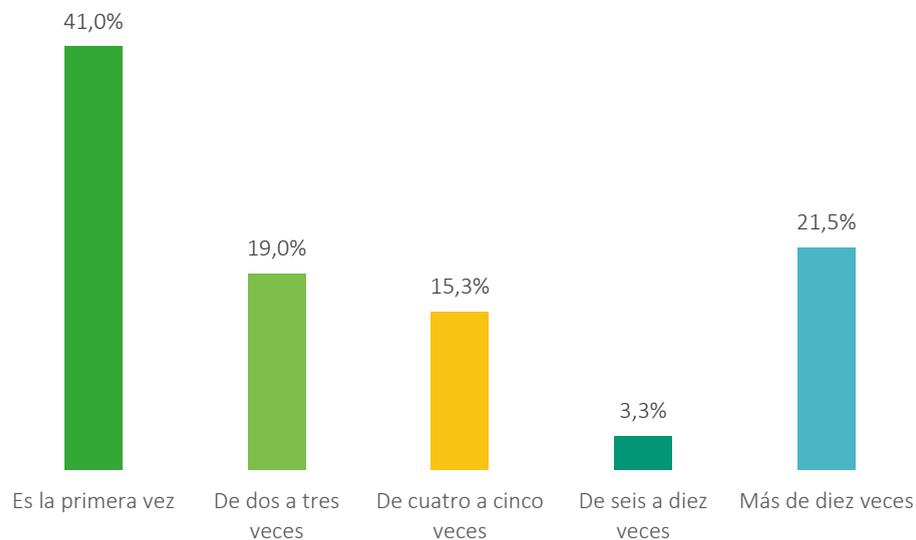
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.



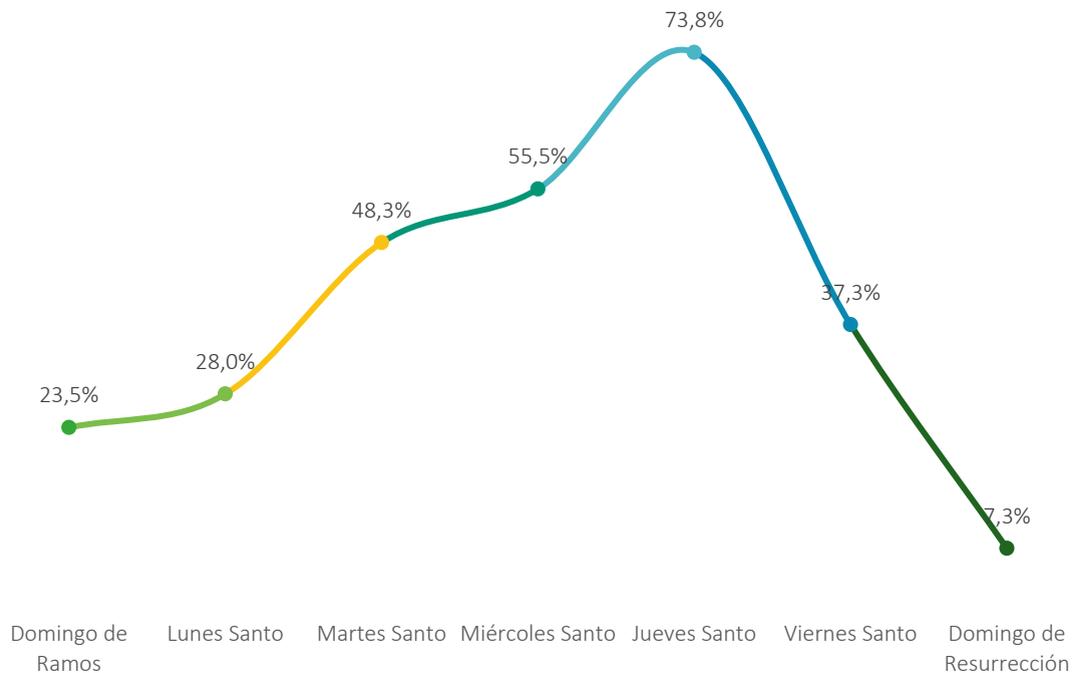
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.



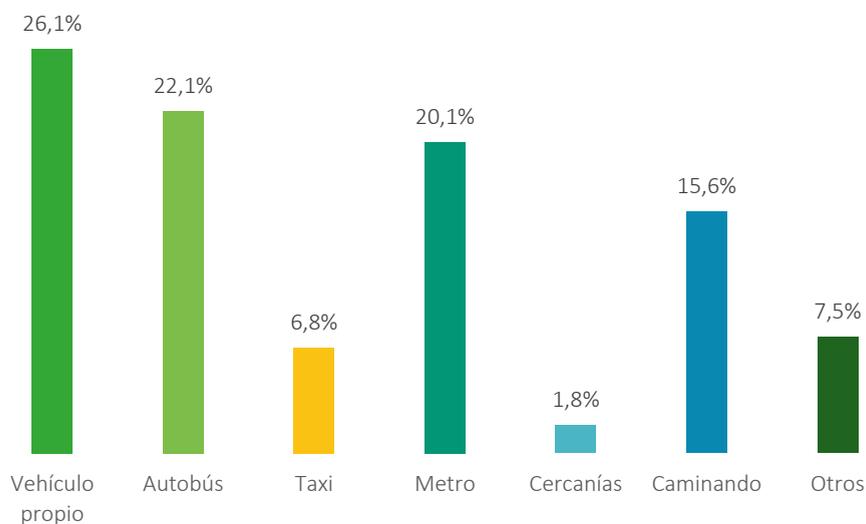
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.

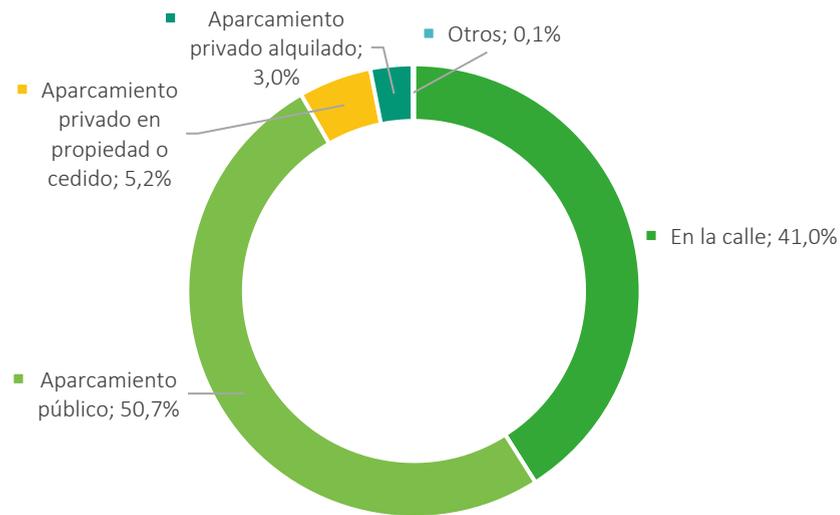


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.



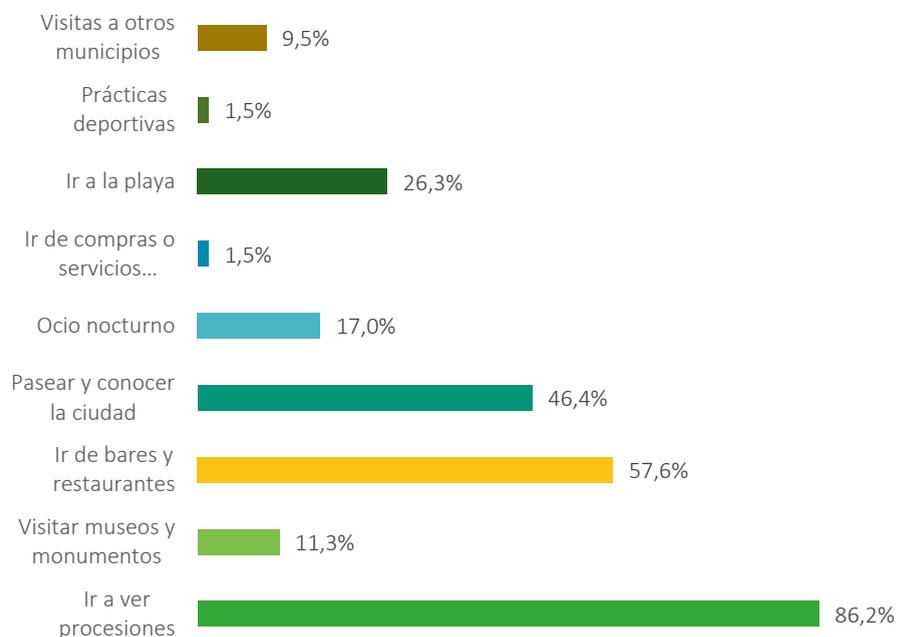
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.



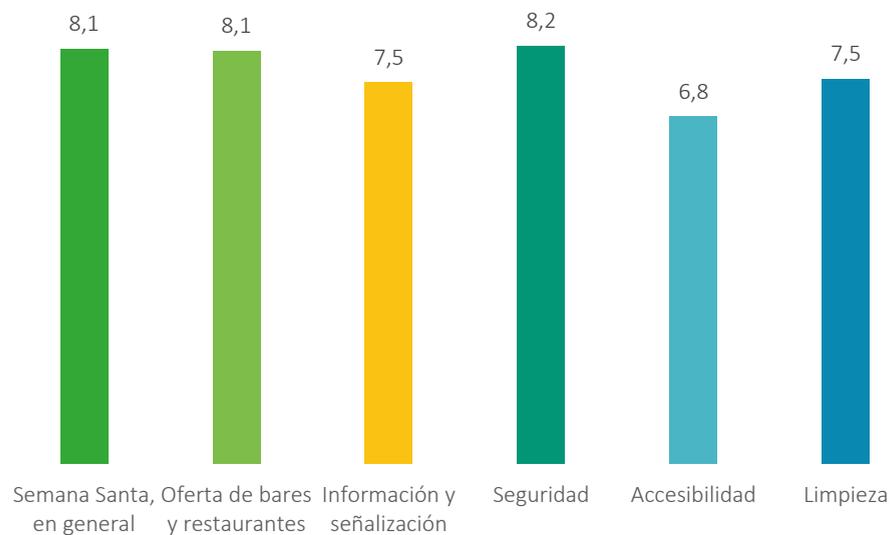
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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).

IMAGEN

Los visitantes de la ciudad de Málaga que acuden a visitar las procesiones de la Semana Santa asocian, en mayor medida, esta festividad con **la tradición (33,3%), la religión (32,5%) y la pasión (30,3%)**.

Ilustración 26. Atributos de imagen con los que los visitantes asocian la Semana Santa.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.







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.

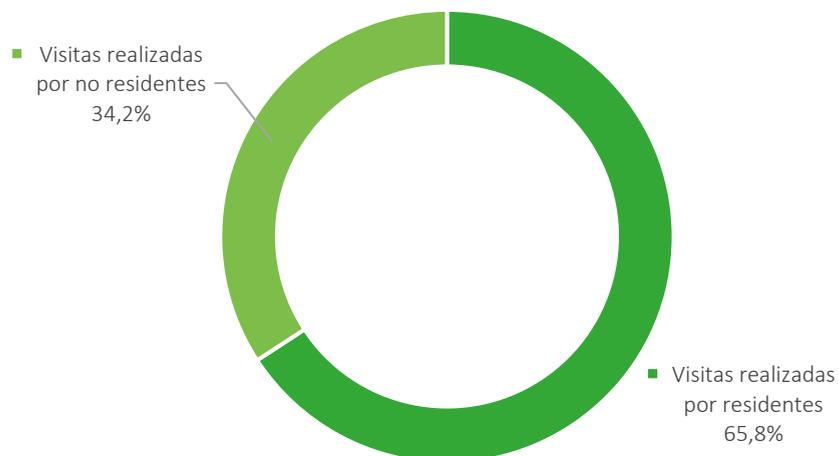
6.1.- VISITAS RECIBIDAS POR LA SEMANA SANTA DE MÁLAGA

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

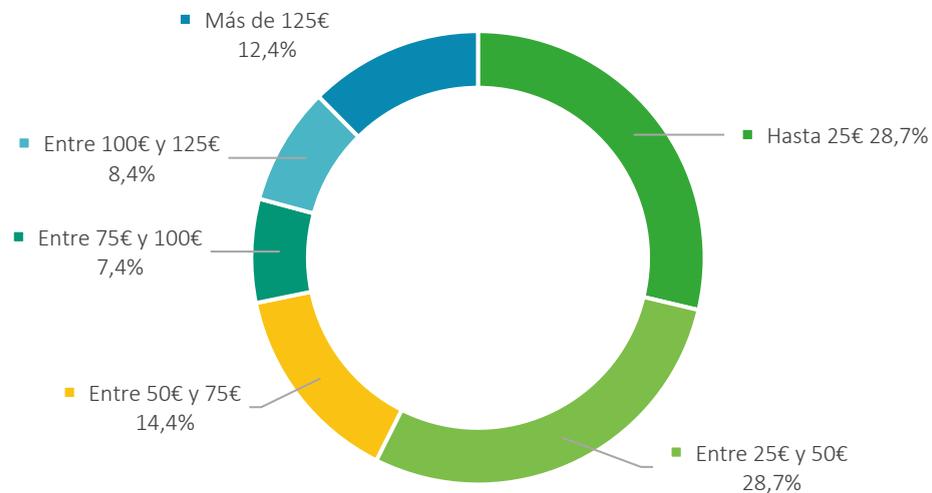
Estimada la audiencia total de la Semana Santa y el número de visitas que, en suma, realizan todas las personas que acuden a verla, el siguiente paso fue obtener el gasto generado por cada visita.

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

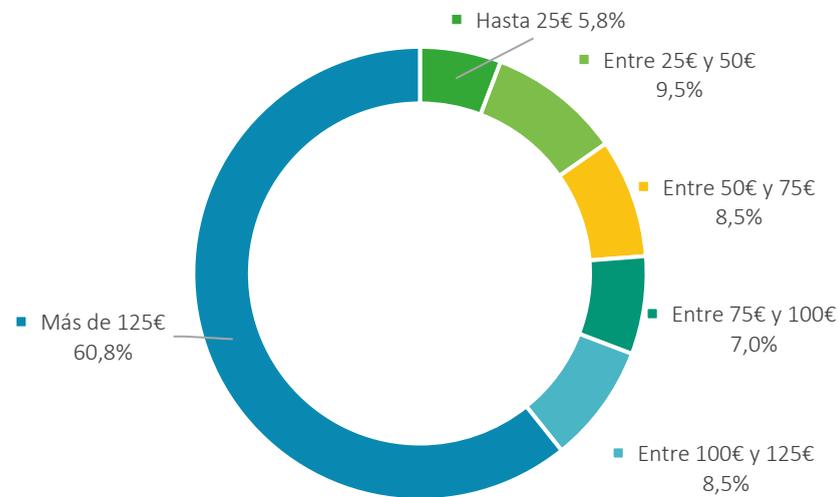


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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.

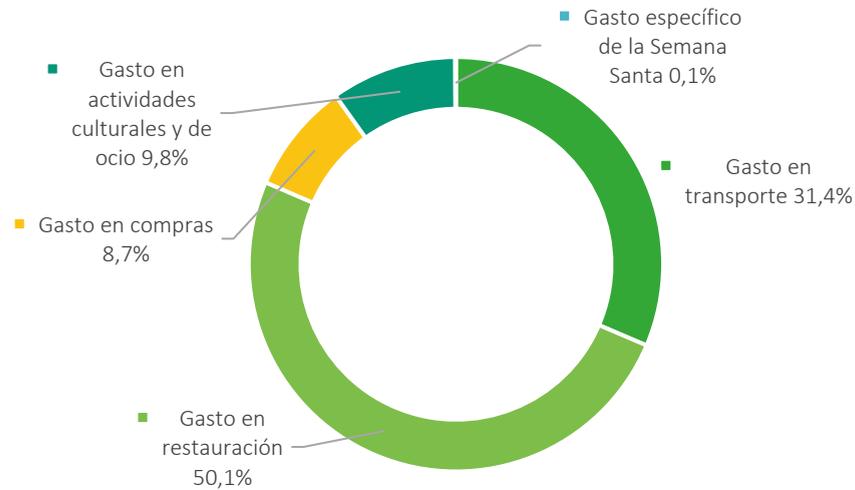
6.3.- DETERMINACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO

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



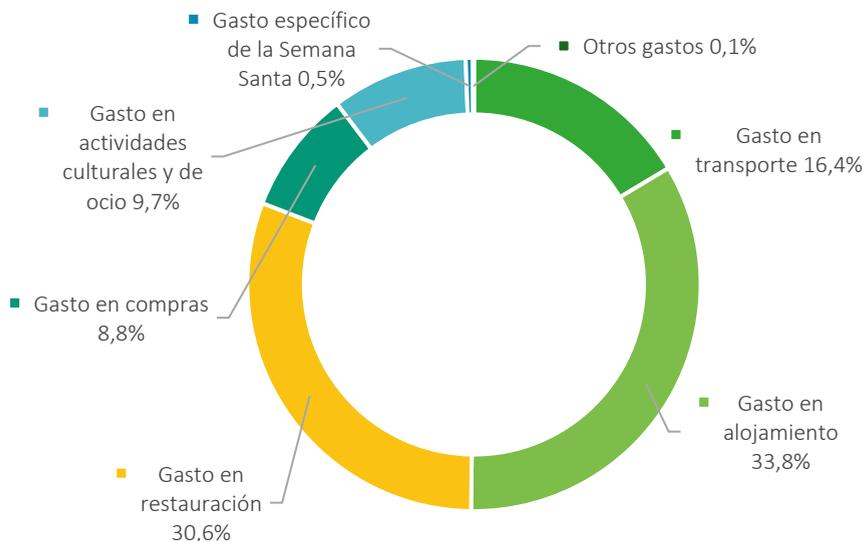
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

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/>



CÁTEDRA DE
ESTUDIOS COFRADES



FUNDACIÓN
lágrimas
y favores



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Colaboran:

málaga
the all round city



metro
Málaga

Onerom 2019