



ANÁLISIS DEL PERFIL E IMPACTO ECONÓMICO DE LOS
VISITANTES A LA SEMANA SANTA DE MÁLAGA 2025



CÁTEDRA DE
ESTUDIOS COFRADES



FUNDACIÓN
lágrimas
y favores



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



“Una Semana Santa con una personalidad tan propia como somos nosotros. Una semana que sobre todo es para Málaga, aunque se abra a todo el mundo.”

José Manuel Ferrary Ojeda. Pregonero Semana Santa Málaga 2025



Estudio elaborado por:

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

Cátedra de Estudios Cofrades 2025.
Fundación Lágrimas y Favores.
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA.

Estudio de campo: accionmk.com

Banco de imágenes: Julio Salcedo Sell





ÍNDICE:



Índice

1.- INTRODUCCIÓN	11
2.- OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS	17
3.- METODOLOGÍA	21
4.- PERFIL DEL RESIDENTE ESPECTADOR DE LA SEMANA SANTA	29
5.- PERFIL DEL VISITANTE ESPECTADOR DE LA SEMANA SANTA.....	43
6.- CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA Y DEL IMPACTO ECONÓMICO.....	63
7.- CONCLUSIONES.....	73
8.- REFERENCIAS	79





INTRODUCCIÓN:



1.- INTRODUCCIÓN

Como es ya tradicional dentro de las actividades desarrolladas por la **Cátedra de Estudios Cofrades**, entidad promovida por la **Fundación Lágrimas y Favores** en colaboración con la **Universidad de Málaga**, durante la **Semana Santa de 2025** se llevó a cabo la presente investigación, cuyo objetivo principal es **analizar y cuantificar la relevancia económica de la Semana Santa para la ciudad de Málaga**, con especial atención al impacto generado por los visitantes durante los siete días en los que las hermandades y cofradías realizan su Estación de Penitencia.

Este trabajo constituye la **cuarta edición** del estudio de impacto económico de la Semana Santa de Málaga, consolidando una línea de investigación iniciada en 2016. En aquella primera edición se estimó que el gasto directo e indirecto generado por los asistentes a los desfiles procesionales ascendía a **82,3 millones de euros**, con más de **1,1 millones de visitas** registradas a lo largo de la semana.

En la **segunda edición**, correspondiente al año 2018, el impacto económico se cifró en **102,7 millones de euros**, lo que supuso un incremento cercano al **25% respecto a 2016**, impulsado tanto por el aumento del número de visitantes (1,4 millones) como por una mayor media de gasto individual.

Posteriormente, el estudio realizado sobre la **Semana Santa de 2023** mostró un crecimiento aún más significativo, estimando el impacto total (directo, indirecto e inducido) en **393,99 millones de euros**, es decir, un **283,6% más que en 2018**. Este incremento se explicó fundamentalmente por la subida de precios en los servicios turísticos y por el fuerte crecimiento del número de visitantes tras la pandemia. En dicho ejercicio se contabilizaron aproximadamente **2,1 millones de visitas**, de las cuales el **65,8% correspondían a residentes** y el **34,2% a turistas y excursionistas**.

Desde su creación, la Cátedra ha sido **pionera a nivel nacional** en el análisis de la incidencia económica de la Semana Santa, aportando datos rigurosos y contrastados que permiten dimensionar su peso en la economía local. Antes de estos estudios, las estimaciones existentes se centraban casi exclusivamente en los efectos del turismo, dejando fuera la influencia de la población residente. En este sentido, la Cátedra incorporó un elemento diferenciador y de gran valor añadido: la consideración de la **comunidad local** como principal agente económico y primer mercado potencial asociado a la Semana Santa.

Los resultados obtenidos en las ediciones anteriores han sido utilizados por **instituciones públicas, la Agrupación de Cofradías, medios de comunicación y agentes económicos** como referencia para valorar la importancia de este fenómeno desde una perspectiva económica. Asimismo, las metodologías aplicadas por la Cátedra han servido de modelo para otras provincias e instituciones interesadas en cuantificar el impacto de sus respectivas celebraciones.

En coherencia con los objetivos fundacionales de la Cátedra, se consideró oportuno **actualizar el estudio durante la Semana Santa de 2025**, con el propósito de seguir monitorizando la evolución del impacto económico, contrastar los resultados de ejercicios anteriores y consolidar una serie histórica de referencia.

El presente documento recoge los resultados de esta nueva edición, en la que se analiza el **impacto económico total derivado del consumo generado por residentes, excursionistas y turistas** durante la Semana Santa de 2025. No obstante, tal como se indica en anteriores estudios, debemos dejar claro que las diferentes dimensiones económicas que configuran este fenómeno, van más allá del resultado de este informe. Así, cabe destacar 3 posibles fuentes económicas derivadas de la Semana Santa, que se indican a continuación:

1. **La industria cofrade**, que abarca la actividad económica directa e indirecta generada por las hermandades, cofradías y la Agrupación, incluyendo su contribución a la conservación del patrimonio, el mantenimiento de oficios artesanales y la obra social. El colectivo de 41 hermandades de Málaga genera un importante impacto económico anual, no solo por sus salidas procesionales, sino por su actividad constante. En total movilizan unos **85 tronos, 100 bandas, 16.171 portadores, 18.000 nazarenos y 72.129 hermanos**. Según los estudios de la **Cátedra de Estudios Cofrades (2020 y 2024)**, el impacto económico directo, indirecto e inducido alcanza **24 y 39,7 millones de euros anuales**, respectivamente. Los informes detallan los **sectores afectados**, los **gastos e inversiones** de las hermandades y sus **fuentes de financiación**, disponibles en la web de la Cátedra.

Esta actividad sostiene **oficios artesanales** como imaginería, orfebrería, bordado, dorado, cerámica, floristería, confección o música, y contribuye al **patrimonio cultural y artístico** con nuevos tronos, mantos o enseres. Además, impacta en otros sectores como **inmobiliario, financiero, hostelería, imprentas, comunicación o transporte**. También destaca su labor **social y benéfica**, tanto económica como personal.

La **Agrupación de Cofradías**, por su parte, realiza una fuerte inversión anual, especialmente en el montaje de **sillas y tribunas** (más de **20.000 localidades**, que suponen el **82% de sus ingresos**). Este resumen económico de la Semana Santa de Málaga se amplía en los estudios disponibles en www.catedraestudioscofrades.uma.es.

2. **La Semana Santa como atractivo turístico**, analizando la capacidad de atracción de visitantes no residentes y su impacto sobre los principales sectores económicos (alojamiento, restauración, transporte y ocio).
3. **El papel de los residentes como público objetivo**, valorando el gasto local asociado al consumo y participación en actividades vinculadas a la Semana Santa.

Este estudio se centra en el **segundo y tercer bloque**, es decir, en el gasto turístico y residente vinculado directamente a la asistencia a los desfiles procesionales, al tiempo que reconoce la existencia de otras dimensiones complementarias que amplían el impacto económico del fenómeno cofrade a lo largo de todo el año.

Finalmente, la Cátedra desea **agradecer la colaboración de las entidades y empresas** que han facilitado la obtención de datos o contribuido con recursos para la realización de este estudio. En especial, se destaca el apoyo continuo de la **Fundación Lágrimas y Favores**, así como la colaboración de **Metro Málaga**, el **Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga** y **Turismo y Planificación Costa del Sol**.

La Cátedra de Estudios Cofrades reafirma su compromiso con el análisis riguroso y objetivo de la Semana Santa de Málaga, entendida no solo como una manifestación de gran trascendencia religiosa y cultural, sino también como un **motor de actividad económica, social y turística** de primer orden para la ciudad y su entorno.





OBJETIVOS:



2.- OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

Tal como se indicó en la introducción de este trabajo, y en consonancia con los propósitos generales de la Cátedra de Estudios Cofrades, el objetivo principal de esta investigación es:

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

Este objetivo general se desglosa en los siguientes objetivos específicos:

- **O1:** Analizar el grado de atracción que ejerce la Semana Santa sobre el público objetivo, diferenciando su cuota de penetración entre los residentes de Málaga y los visitantes.
- **O2:** Evaluar el nivel de implicación directa de la población en la Semana Santa de Málaga, delimitando su participación como hermanos de cuota, participantes en los desfiles procesionales o simplemente como espectadores.
- **O3:** Estimar el volumen total de visitantes a la Semana Santa de Málaga y caracterizar sus perfiles, diferenciando entre residentes y no residentes.
- **O4:** Cuantificar el impacto económico generado por dichos visitantes, tanto de manera directa como indirecta e inducida.
- **O5:** Identificar la estructura y distribución del gasto realizado por los espectadores de la Semana Santa de Málaga entre los sectores económicos afectados.
- **O6:** Observar la evolución de las series históricas obtenidas para el total de espectadores de la Semana Santa, su grado de implicación con el evento, sus comportamientos y tendencias de consumo durante la festividad, y el impacto económico que estos días genera en la ciudad de Málaga.





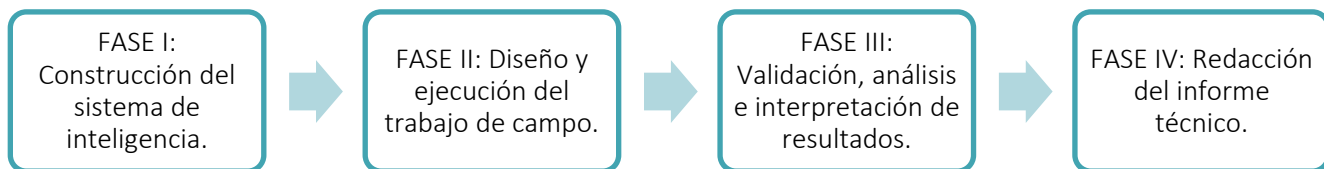
METODOLOGÍA:



3.- METODOLOGÍA

La diversidad de objetivos definidos en este estudio ha requerido diseñar una metodología compuesta por diferentes fases, cada una desarrollada desde enfoques específicos de investigación. A continuación, se describen las fases que conforman el proceso metodológico:

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 fuentes secundarias** que permitieran contextualizar los objetivos planteados. Con ello, se construyó un sistema de inteligencia que facilitó el diseño del trabajo de campo y la respuesta eficiente a las necesidades informativas detectadas.

Para ello, se realizó una revisión sistemática de:

- **Estudios previos sobre la Semana Santa de Málaga**, elaborados por distintas instituciones:
 - *Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes a la Semana Santa de Málaga* (2016, 2018 y 2023). Cátedra de Estudios Cofrades, Universidad de Málaga, en colaboración con Fundación Lágrimas y Favores.

- *Impacto Económico y Turístico de la Semana Santa* (2013 y 2014). Turismo y Planificación Costa del Sol S.L.U., para el Ayuntamiento de Málaga.
- *Análisis del Potencial Turístico de la Semana Santa de Málaga* (2012). Cátedra de Estudios Cofrades.
- *Impacto económico de la actividad cofrade en Málaga* (2020 y 2024). Cátedra de Estudios Cofrades y Fundación Lágrimas y Favores.
- Notas de prensa y artículos de opinión sobre el impacto económico.
- **Bancos de datos relevantes:**
 - Padrón municipal (INE).
 - Encuestas de ocupación hotelera y en apartamentos turísticos (INE).
 - Registro de Turismo de Andalucía (Junta de Andalucía).
 - Movimientos de pasajeros en transporte público (EMT) y Metro de Málaga.
 - Encuesta Social Malagueña (ESMA), Estudio CISA 006 (2022).
 - Estimación de asistentes a los desfiles procesionales (Semana Santa 2023, Goli Neuromarketing).

Tras la consulta y selección de la información más relevante, se procedió a la segunda fase: **diseño y ejecución del trabajo de campo**.

3.2. DISEÑO Y EJECUCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

Con base en la información recopilada y los objetivos del estudio, se diseñaron dos trabajos de campo independientes para obtener información primaria

- a) **Encuesta sobre intención de visita (residentes):** el objetivo es estimar el grado de penetración de la Semana Santa entre los residentes de Málaga.

Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes de la Semana Santa de Málaga 2025

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta sobre intención de visita (residentes)

Variable	Detalle
Ámbito geográfico	Málaga capital. Distrito Centro Histórico.
Ámbito temporal	Abril 2025. Días antes de la celebración de la Semana Santa.
Universo	Población mayor de edad, residente en Málaga capital.
Método	Entrevista personal, estructurada, con preguntas abiertas y cerradas.
Muestreo	Ruta aleatoria.
Tamaño de la muestra	400.
Error muestral	±4,9% (IC 95%, p=q=0,5).

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

- b) **Encuesta sobre comportamiento del espectador (residentes y no residentes):** el objetivo es analizar el comportamiento de compra y consumo durante la Semana Santa.

Tabla 2. Ficha técnica de la encuesta sobre el comportamiento del espectador (residentes y no residentes)

Variable	Detalle
Ámbito geográfico	Málaga capital. Distrito Centro Histórico.
Puntos muestrales	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 2025 (durante la Semana Santa).
Universo	Población mayor de edad asistente (residentes y no residentes).
Método	Entrevista personal estructurada.
Muestreo	Ruta aleatoria estratificada por tipología de visitante y días de mayor afluencia.
Tamaño de la muestra	805.
Representatividad de la muestra	±3,5% (IC 95%, p=q=0,5).

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

3.3. VALIDACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Tras la finalización de la Semana Santa y la recogida de datos primarios, se procedió a **reconstruir y contrastar la información obtenida con fuentes secundarias**, con el fin de garantizar la máxima actualización y coherencia del estudio.

Posteriormente, se inició el proceso de **validación y análisis de datos**, empleando diferentes métodos y técnicas estadísticas, en su mayoría implementadas mediante la herramienta **IBM SPSS Statistics (versión 30)**:

- **Análisis univariante**: para caracterizar los distintos perfiles de consumidores de la Semana Santa.
- **Análisis bivalente**: mediante tablas de contingencia, para identificar diferencias significativas entre perfiles.
- **Análisis multivariante**: orientado a responder cuestiones específicas de la investigación.

Gracias a estas técnicas, se obtuvo información clave sobre:

- **Características geográficas y demográficas** de los asistentes, así como diferencias significativas entre tipologías de demanda.
- **Comportamiento de la demanda**: actividades realizadas, días de visita, número de visitas, productos contratados, etc.
- **Gasto total generado** por los visitantes y su distribución (asientos, restauración, compras, etc.).
- **Imagen y satisfacción** del visitante respecto a la Semana Santa de Málaga.

Para estimar los **efectos directos e inducidos** del gasto generado por los espectadores y su impacto en los sectores productivos de la economía andaluza, se aplicó un método basado en las **Matrices Input-Output de Andalucía (2016)**, publicadas por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. El procedimiento se desarrolló en dos fases:

1. **Definición y distribución conceptual** de los efectos directos entre las ramas de actividad de la matriz simétrica a precios básicos.
2. **Estimación de efectos totales** en el sistema productivo andaluz, aplicando los coeficientes de la **Matriz Inversa de Leontief**, así como la generación de empleo equivalente.

Una vez completado el análisis e interpretación de los resultados, se procedió a la última fase: la **redacción del informe técnico**.

3.4. REDACCIÓN DEL INFORME TÉCNICO

Para garantizar la correcta interpretación de los resultados, el informe final se estructuró en **ocho capítulos**, organizados de la siguiente manera:

1. **Introducción:** contextualiza la investigación y justifica su relevancia.
2. **Objetivos:** define el objetivo general y los objetivos específicos del estudio.
3. **Metodología:** describe las fases metodológicas, enfoques y técnicas de análisis empleadas.
4. **Perfil del residente:** analiza las características del residente de Málaga que asiste a la Semana Santa.
5. **Perfil del visitante:** detalla las características del visitante no residente.
6. **Cuantificación de la demanda e impacto económico:** estima el volumen total de visitantes y el impacto económico generado.
7. **Conclusiones:** sintetiza las principales aportaciones del estudio.
8. **Bibliografía:** recoge todas las fuentes utilizadas.





PERFIL DEL RESIDENTE ESPECTADOR DE LA SEMANA SANTA:



4.- PERFIL DEL RESIDENTE ESPECTADOR DE LA SEMANA SANTA

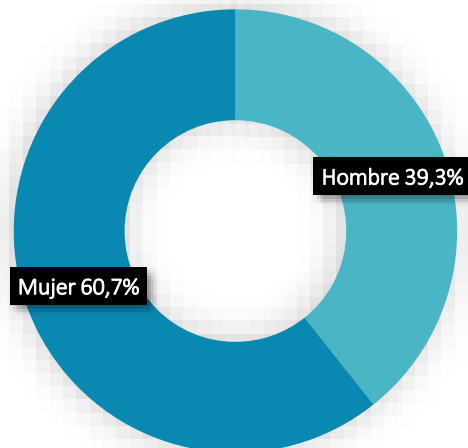
En este apartado se analiza el **perfil y los hábitos del grupo más numeroso de público: los residentes**. El objetivo es describir sus características sociodemográficas, hábitos de visita relacionados con la Semana Santa, grado de implicación en la celebración y patrones de gasto y consumo asociados. Cabe señalar que el **nivel cuantitativo del gasto** será abordado en el apartado correspondiente al **impacto económico**.

Perfil sociodemográfico

SEXO

A lo largo de los años se ha observado una **tendencia creciente en la participación de mujeres residentes** en la Semana Santa de Málaga, hasta alcanzar en la actualidad un **60% del total**. Este dato refleja una evolución significativa en la composición de la demanda local, que tradicionalmente presentaba una mayor presencia masculina.

Ilustración 1. Distribución de residentes espectadores de la Semana Santa según sexo.



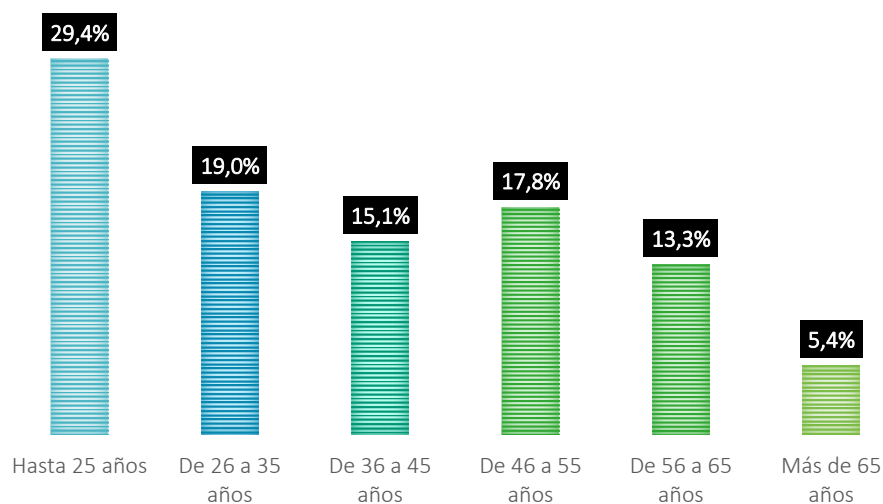
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

EDAD

El análisis de la edad de los residentes que asisten a la Semana Santa de Málaga revela que **casi tres de cada diez (29,4%) son menores de 25 años**, lo que indica una alta participación de jóvenes. A este grupo le siguen quienes tienen entre **26 y 35 años (19,0%)**, y posteriormente los que se sitúan en el rango de **36 a 45 años (15,1%)**.

Esta distribución sitúa la **edad media de los residentes asistentes en 38,8 años**, un 2,2% inferior a la obtenida en ediciones anteriores debido a la mayor cuota de residentes jóvenes que acuden como espectadores a la Semana Santa.

Ilustración 2. Distribución de residentes espectadores de la Semana Santa según edad.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

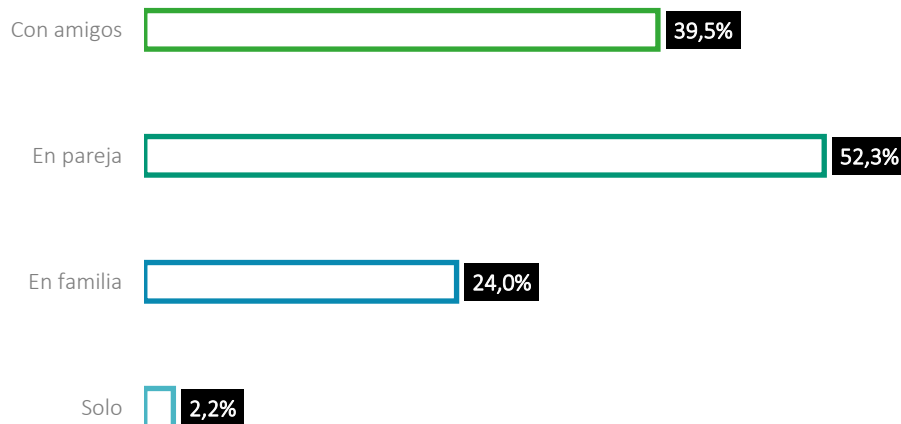
Hábitos de consumo

TIPO DE VISITA

El análisis muestra que la mayoría del público **acude acompañado** a la Semana Santa de Málaga. En concreto, **más de la mitad de los residentes (52,3%) lo hace con su pareja**, seguidos por quienes asisten **con amigos (39,5%)** y **en familia (24%)**. De manera secundaria, se observa que **sólo el 2,2% de las visitas se realizan en solitario**, lo que confirma el carácter social del evento.

En comparación con ediciones anteriores de este estudio, se observa una tendencia creciente de los desplazamientos para ver la Semana Santa en pareja, en detrimento a hacerlo en familia.

Ilustración 3. Distribución de residentes espectadores de la Semana Santa según el tipo de visita.



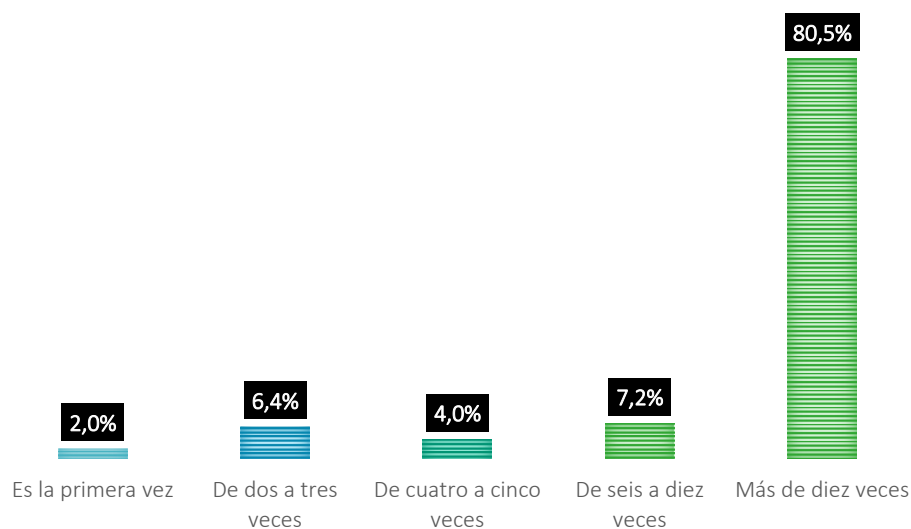
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

NÚMERO DE VISITAS

La fuerte fidelidad de los residentes hacia la Semana Santa de Málaga se refleja en la **alta tasa de repetición de visitas**. **Ocho de cada diez asistentes (80,5%)** declaran haber acudido a las procesiones en **más de diez ocasiones**.

A este grupo le siguen quienes han asistido **entre seis y diez veces (7,2%)**. De manera acumulada, **casi nueve de cada diez residentes** que visitan los desfiles procesionales lo han hecho en **más de seis ocasiones**, lo que confirma el carácter tradicional y arraigado de este evento en la población local.

Ilustración 4. Distribución de residentes espectadores de la Semana Santa según el número de visitas.



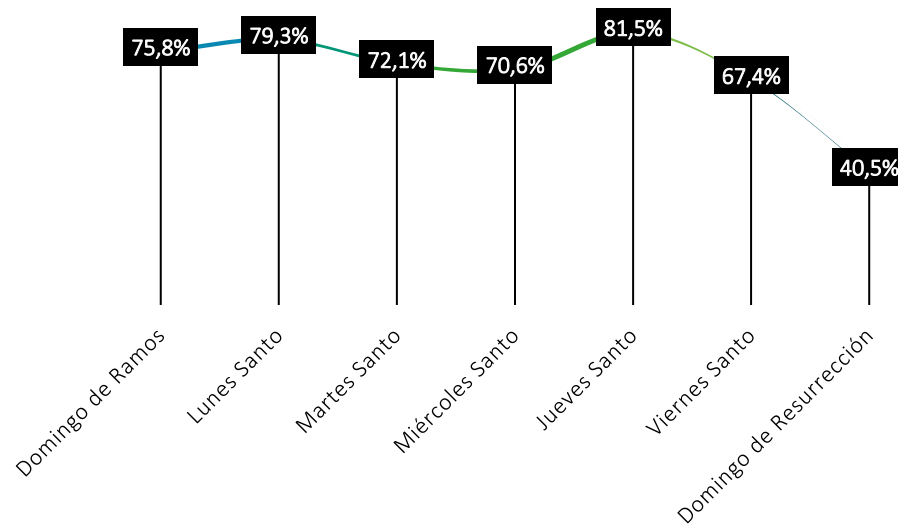
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

DÍAS DE LAS VISITAS

Otro indicador de la fidelidad del residente es el **número de días que acude a ver los desfiles procesionales**. En 2025, los malagueños asistieron a la Semana Santa durante una media de **5,7 días** (cifra superior en 1,4 días a la media obtenida para el 2023).

No obstante, la afluencia no se distribuye de manera uniforme a lo largo de la semana. Los días con mayor asistencia son el **Jueves Santo (81,5%)** y el **Lunes Santo (79,3%)**. Les siguen, en orden de preferencia, el **Domingo de Ramos (75,8%)**, el **Martes Santo (72,1%)** y el **Miércoles Santo (70,6%)**.

Ilustración 5. Distribución de residentes espectadores de la Semana Santa según el día de la visita.



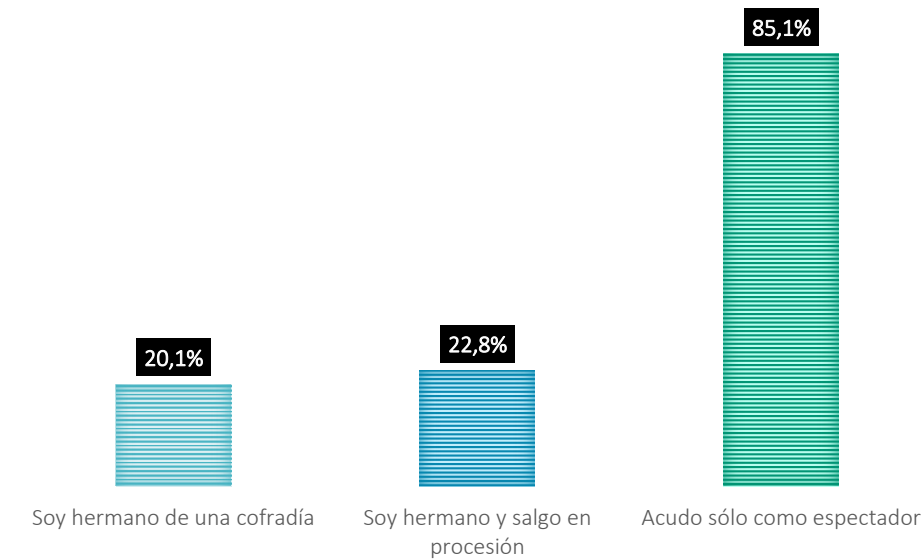
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Históricamente, el Domingo de Ramos y el Lunes Santo son los días que más crecen respecto al porcentaje de residentes que deciden desplazarse al centro histórico de la ciudad para presenciar los desfiles procesionales.

VINCULACIÓN CON LA SEMANA SANTA

Además de conocer los hábitos de visita, resulta relevante analizar el **grado de vinculación de los residentes con la Semana Santa**. En 2025, se observa que la mayoría, **el 85,1%**, participa únicamente en calidad de **espectador**. Por otro lado, un **22,8%** declara ser **hermano de una cofradía y además salir en procesión** y, finalmente, un **20,1%** indica ser hermano cofrade, pero **no participar activamente en los desfiles procesionales**.

Ilustración 6. Distribución de residentes espectadores de la Semana Santa según su vinculación con la Semana Santa.

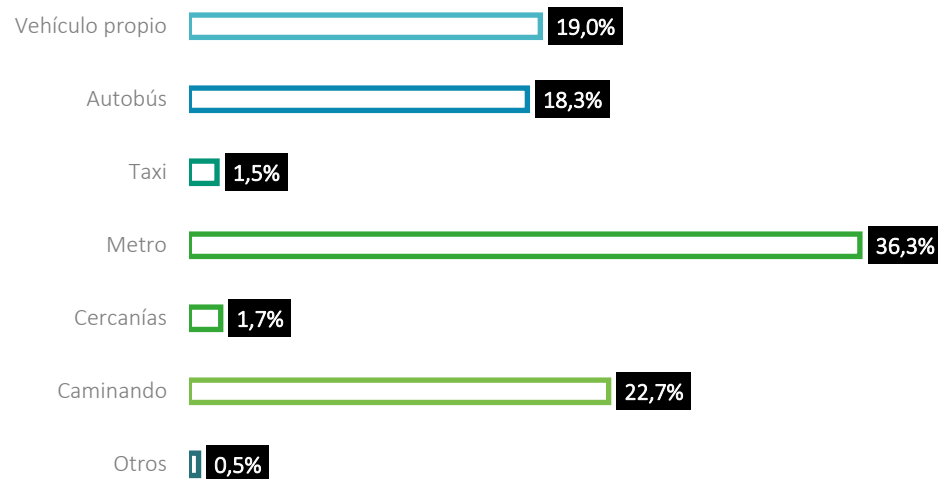


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

MEDIO DE TRANSPORTE

El medio de transporte más frecuente entre los residentes para desplazarse al centro y presenciar las salidas procesionales es el **metro (36,3%)**, cuyo uso ha crecido significativamente respecto al 2023. En segundo lugar, destacan los residentes que optan por ir **caminando (22,7%)**, lo que refleja la cercanía y accesibilidad del evento para buena parte de la población. Finalmente, un **19,0%** de los residentes opta por **desplazarse con su vehículo propio**.

Ilustración 7. Distribución de residentes espectadores de la Semana Santa según su vinculación con la Semana Santa.



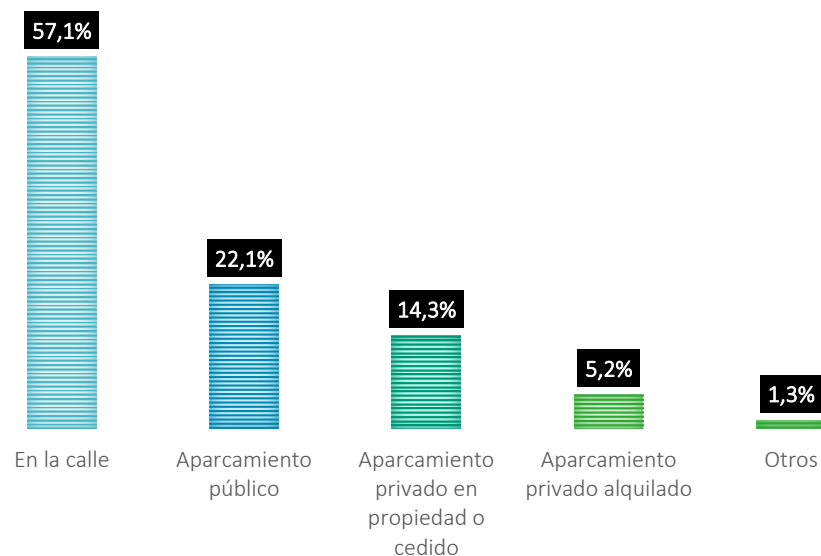
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El metro de la ciudad es el medio de transporte que más ha crecido por los residentes para desplazarse por la ciudad para poder disfrutar de la Semana Santa de Málaga.

TIPO DE APARCAMIENTO UTILIZADO

Entre los residentes que acuden en vehículo propio, **más de la mitad (57,1%) estaciona en la vía pública**, lo que refleja una preferencia marcada por soluciones de estacionamiento en la calle frente a opciones reguladas. Un **22,1% utiliza aparcamientos públicos**, y por su parte, el **14,3% opta por aparcamientos privados en propiedad o cedidos**.

Ilustración 8. Distribución de residentes espectadores de la Semana Santa según el tipo de aparcamiento utilizado.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Satisfacción e imagen de la Semana Santa

SATISFACCIÓN

La valoración global que los residentes otorgan a la Semana Santa alcanza una media de **8,4 puntos sobre 10**, lo que refleja un alto nivel de satisfacción. Entre los atributos mejor valorados se encuentra la **seguridad durante la visita (8,2)**, seguida de la **información y señalización del evento (7,6)** y la **limpieza (7,5)**.

Por otro lado, los aspectos menos satisfactorios fueron la **accesibilidad (5,5)** y el **recorrido oficial (4,8)**, que indican las áreas de mejora en la organización del evento.

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



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

La satisfacción con la limpieza de las calles durante la Semana Santa y la Seguridad del evento son los factores que más han crecido durante los últimos años. En concreto, un 34,6% y un 13,6% respectivamente.

IMAGEN

Los residentes de Málaga que asisten a las procesiones de la Semana Santa vinculan esta festividad principalmente con la **tradición (80,8%)**, seguida de la **pasión (39,8%)** y la **religiosidad (17%)**. Estos atributos reflejan el carácter cultural, emocional y religioso que la celebración mantiene entre la población local.

Ilustración 10. Atributos de imagen asociados al evento por los residentes espectadores de la Semana Santa.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.







PERFIL DEL VISITANTE ESPECTADOR DE LA SEMANA SANTA:



5.- PERFIL DEL VISITANTE ESPECTADOR DE LA SEMANA SANTA

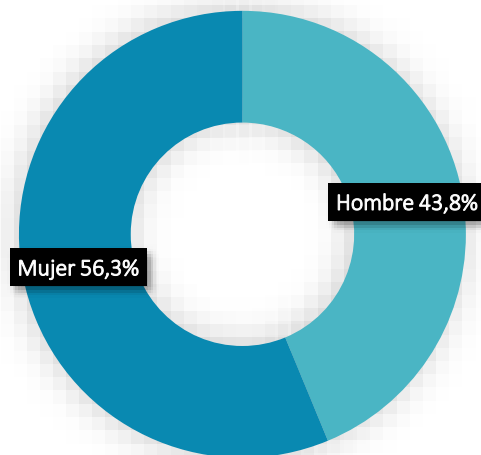
Este segundo grupo corresponde a la población que declara haber visitado Málaga **específicamente durante la celebración de la Semana Santa**. En este apartado **no se incluyen los residentes en la ciudad ni en su área metropolitana**, sino que se describe a los **no residentes que pernoctaron en la ciudad** y a los **excursionistas**, quienes no pernoctaron, pero permanecieron durante el día para asistir al evento.

Perfil sociodemográfico

SEXO

Aunque las diferencias son ligeras, se observa que la Semana Santa de Málaga resulta **ligeramente más atractiva para las mujeres (56,3%) que para los hombres (43,8%)**. Este dato confirma una tendencia equilibrada, con una leve predominancia femenina en la asistencia

Ilustración 11. Distribución del visitante espectador de la Semana Santa según el sexo.



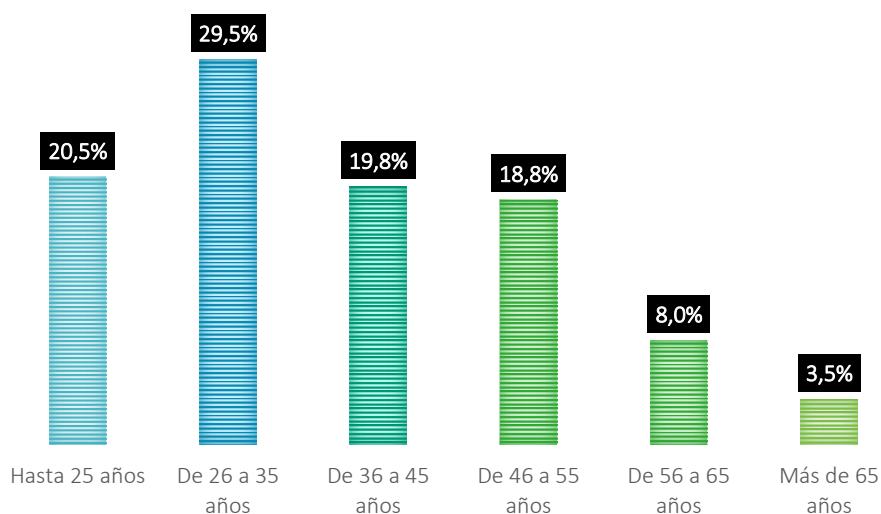
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

EDAD

La mitad de los visitantes que acuden a Málaga durante la Semana Santa tiene **hasta 35 años (50%)**. Asimismo, se observa que **casi nueve de cada diez visitantes son menores de 55 años (88,5%)**, lo que indica que los grupos de mayor edad son los menos representativos en esta festividad.

Esta distribución sitúa la **edad media del visitante en 38 años**, un valor **ligeramente inferior al registrado para los residentes**, lo que refleja mínimas diferencias en el perfil etario entre ambos segmentos.

Ilustración 12. Distribución del visitante espectador de la Semana Santa según la edad.



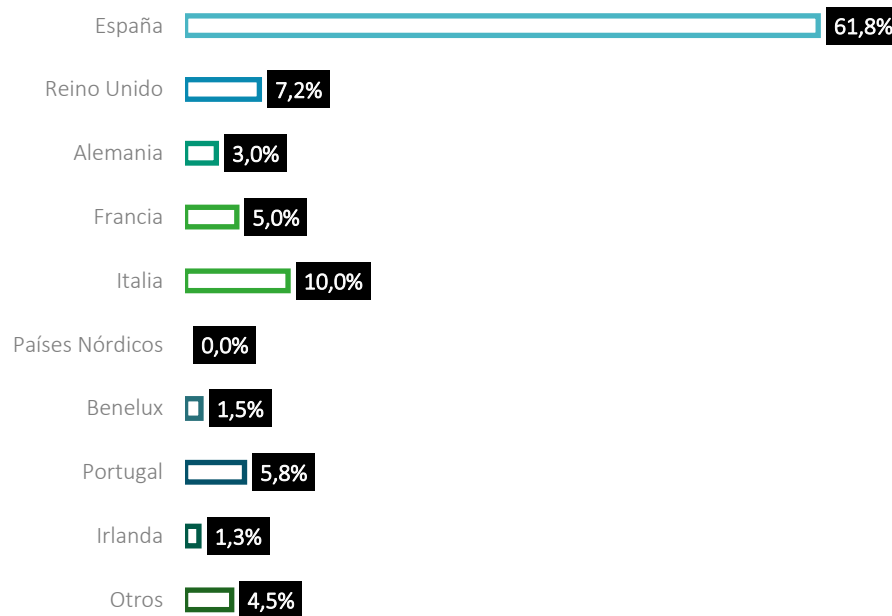
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Históricamente, la edad media del visitante espectador de la Semana Santa de Málaga ha descendido un 2,2%. Este hecho se debe, principalmente, por la mayor cuota de visitantes espectadores de la Semana Santa de hasta 25 años, que crece comparativamente con respecto a las ediciones anteriores.

PAÍS DE ORIGEN

La Semana Santa de Málaga atrae principalmente a visitantes del **mercado nacional**, ya que **más de seis de cada diez (61,8%)** residen en España. La cuota restante corresponde a **mercados internacionales**, entre los que destacan **Italia (10%)**, el **Reino Unido (7,2%)** y **Portugal (5,8%)**, lo que refleja una presencia relevante de turismo europeo.

Ilustración 13. Distribución del visitante espectador de la Semana Santa según el país de origen.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

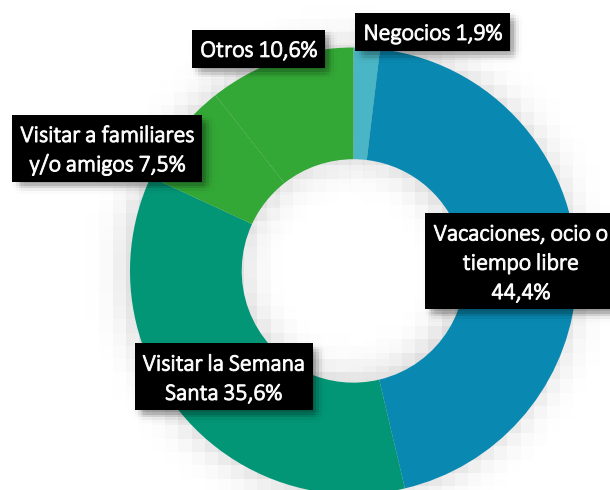
Aunque los visitantes nacionales siguen siendo el principal mercado emisor de espectadores no residentes de la Semana Santa de Málaga en 2025, se observa que, con el paso de los años, cada vez hay una mayor presencia de visitantes extranjeros que deciden acudir a presenciar los desfiles procesionales.

Hábitos de consumo

MOTIVO PRINCIPAL DE LA VISITA

La principal razón por la que los visitantes acuden a Málaga durante la Semana Santa es que **se encuentran en la ciudad por vacaciones, ocio o tiempo libre (44,4%)**. En segundo lugar, destacan quienes **viajaron específicamente para visitar la Semana Santa (35,6%)**, y en tercer lugar, aquellos que **aprovecharon su estancia en la ciudad para visitar a familiares y/o amigos (7,5%)**.

Ilustración 14. Distribución del visitante espectador de la Semana Santa según el motivo principal de la visita.



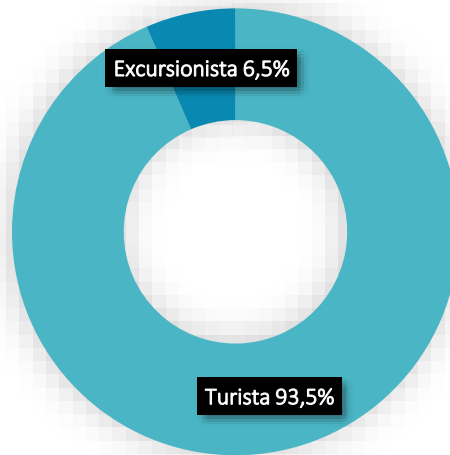
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Aunque el motivo principal del desplazamiento sea visitar la Semana Santa sigue ocupando el segundo lugar entre los espectadores no residentes, éste crece significativamente respecto a las ediciones anteriores de este estudio; por lo que podemos concluir que cada vez son más los visitantes que deciden desplazarse hasta la ciudad por el motivo principal de ver la Semana Santa malagueña.

TIPO DE VISITANTE

Entre los espectadores de la Semana Santa de Málaga que **no residen en la ciudad**, el **93,5%** se identifica como **turista**, es decir, **pernocta en la ciudad durante su estancia**. Por su parte, el **6,5%** corresponde a excursionistas, quienes **no pernoctan en la ciudad, pero permanecen durante el día para disfrutar del evento**.

Ilustración 15. Distribución del visitante espectador de la Semana Santa según el tipo de visitante.

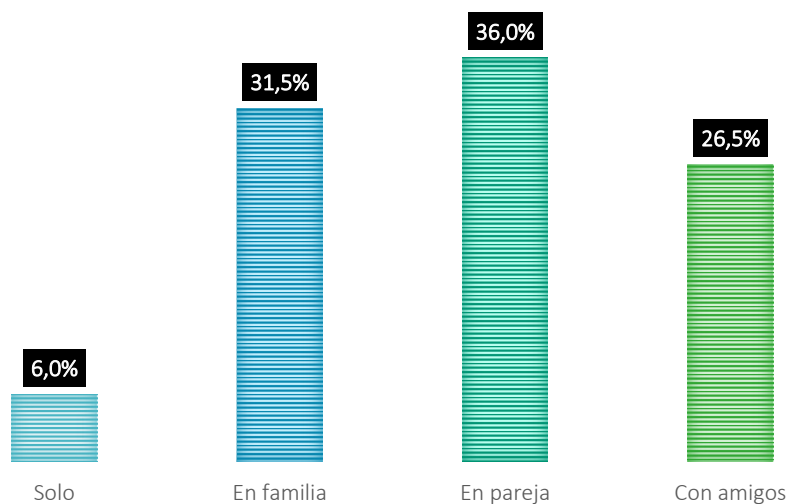


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

TIPO DE VISITA

La mayoría de los visitantes que acuden a conocer la Semana Santa de Málaga lo hacen **en pareja (36%)**, seguidos por quienes asisten **en familia (31,5%)** y aquellos que lo hacen **con amigos (26,5%)**. Por su parte, las visitas **en solitario** representan únicamente el **6% del total**, lo que confirma el carácter social y compartido de esta experiencia.

Ilustración 16. Distribución del visitante espectador de la Semana Santa según el tipo de visita.



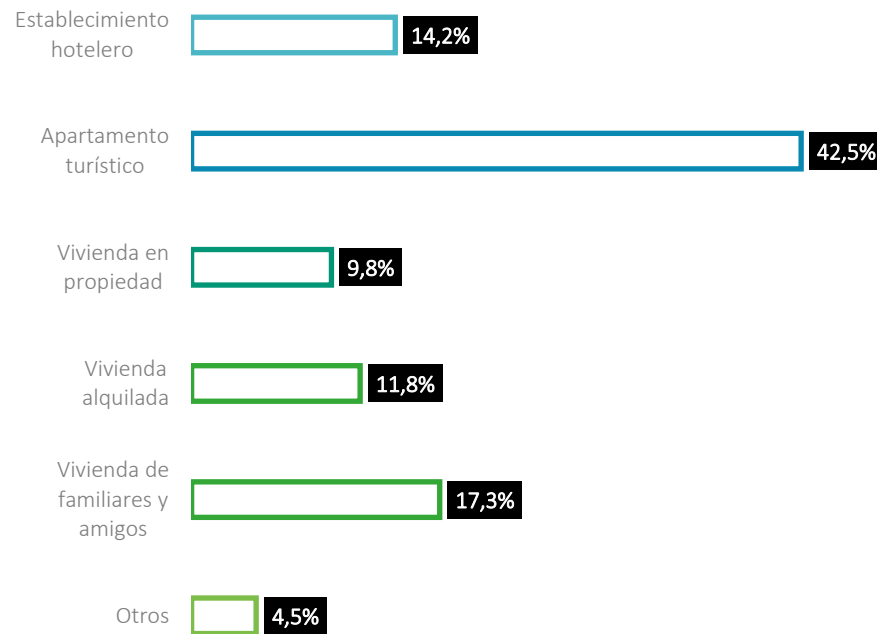
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

A diferencia de los espectadores residentes, donde el tipo de visita que más crece históricamente son las que se realizan en pareja, los espectadores visitantes que deciden acudir a los desfiles procesionales de la ciudad cada vez más deciden hacerlo en familia.

TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

Entre los visitantes que decidieron pernoctar en Málaga durante la Semana Santa, la opción más frecuente fueron los **apartamentos turísticos (42,5%)**. En segundo lugar, se encuentran quienes eligieron una **vivienda de familiares o amigos (17,3%)**, seguidos por aquellos que se alojaron en **establecimientos hoteleros (14,2%)**. Finalmente, las **viviendas alquiladas** ocupan el cuarto lugar, con una representación del **11,8% del total**.

Ilustración 17. Distribución del visitante espectador de la Semana Santa según el tipo de alojamiento escogido.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

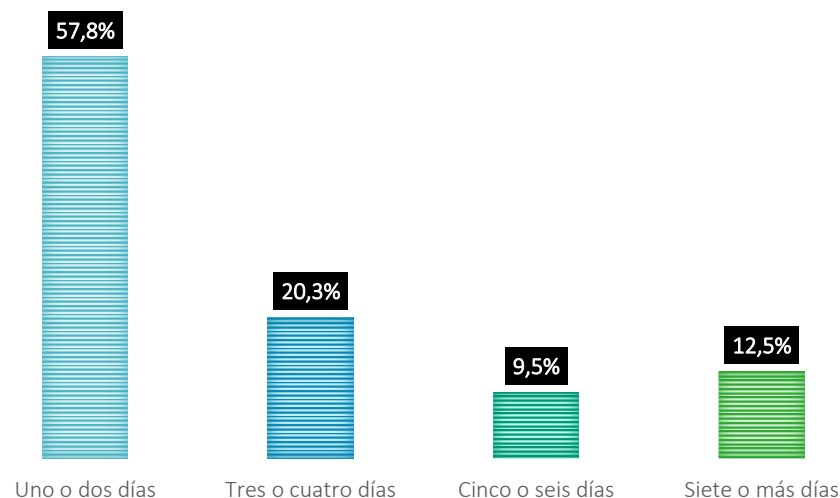
En comparación con estudios anteriores, los apartamentos turísticos son la modalidad de alojamiento que más crece entre los espectadores de la Semana Santa de Málaga que siendo no residentes en ella deciden pernoctar en la ciudad.

DURACIÓN DE LA VISITA

La estancia media de los visitantes no residentes en Málaga durante la Semana Santa se sitúa en **5,4 días**; aunque, por término medio, **solo dedican 2,2 días a presenciar las procesiones**.

En cuanto a la distribución por intervalos, la mayoría **prolonga su estancia entre uno y dos días (57,8%)**. El siguiente grupo más representativo corresponde a quienes permanecen **tres o cuatro días (20,3%)**, seguido por los que se quedan **siete o más días (12,5%)**.

Ilustración 18. Distribución del visitante espectador de la Semana Santa según la duración de la visita.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

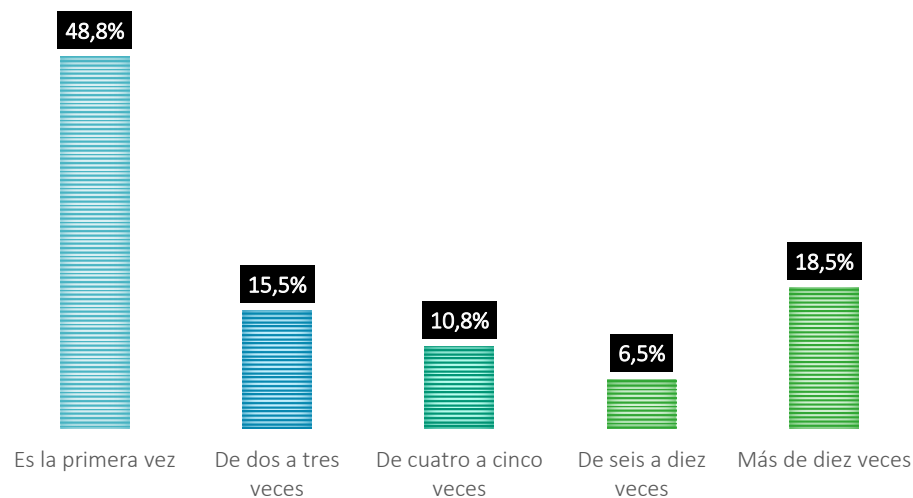
Otro de los cambios tendenciales importantes es la cada vez mayor estancia en la ciudad escogida por los visitantes espectadores de la Semana Santa. En comparación con el año 2023 crece en 1,2 días.

NÚMERO DE VISITAS

En la edición de 2025, el **48,8%** de los visitantes espectadores de la Semana Santa de Málaga **la vivieron por primera vez**, lo que refleja su capacidad de atracción para nuevos públicos. Sin embargo, también destaca la fidelidad de muchos visitantes: un **18,5%** afirma haber asistido **en más de diez ocasiones**.

Además, el 15,5% de los participantes señala que fue su segunda o tercera visita, mientras que el 10,8% indica que ya había acudido entre cuatro y cinco veces. Estos datos evidencian una combinación equilibrada entre nuevos visitantes y asistentes recurrentes, lo que refuerza el valor cultural y turístico sostenido del evento.

Ilustración 19. Distribución del visitante espectador de la Semana Santa según el número de visitas.



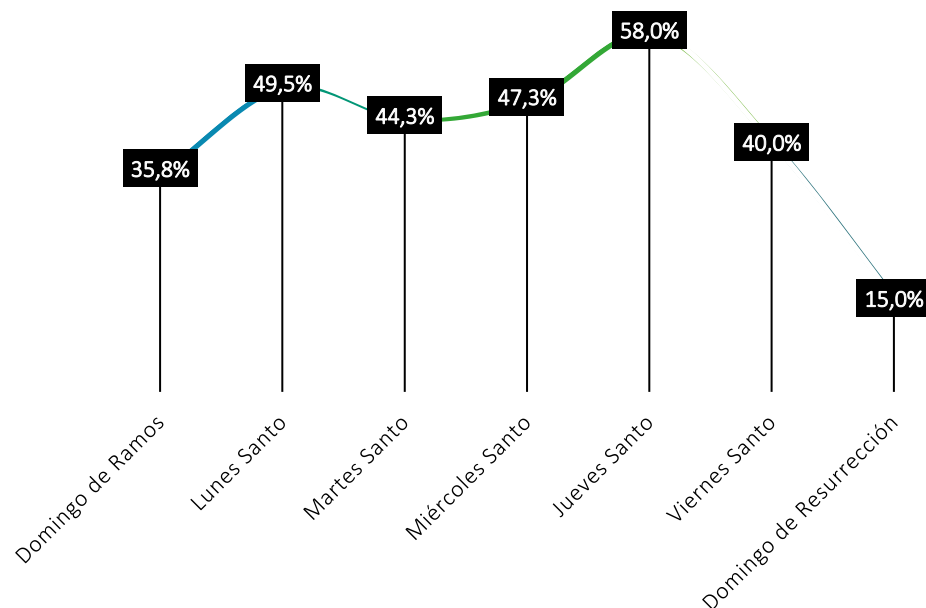
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

DÍAS DE LAS VISITAS

La asistencia a los desfiles procesionales durante la Semana Santa de Málaga no se distribuye de forma homogénea a lo largo de la semana. El día con mayor afluencia es el **Jueves Santo**, cuando el **58%** de los visitantes afirma haber presenciado procesiones o tener intención de hacerlo. Le sigue el **Lunes Santo**, con un **49,5%** de participación. Otros días destacados son el **Miércoles Santo** (47,3%) y el **Martes Santo** (44,3%). En cambio, los porcentajes descienden en el resto de las jornadas: el **Viernes Santo** alcanza un 40%, el **Domingo de Ramos** un 35,8%, y el **Domingo de Resurrección** apenas un 15%.

Estos datos reflejan una clara concentración del interés en los días centrales de la Semana Santa, lo que puede orientar estrategias de planificación turística y cultural.

Ilustración 20. Distribución del visitante espectador de la Semana Santa según el día de la visita.



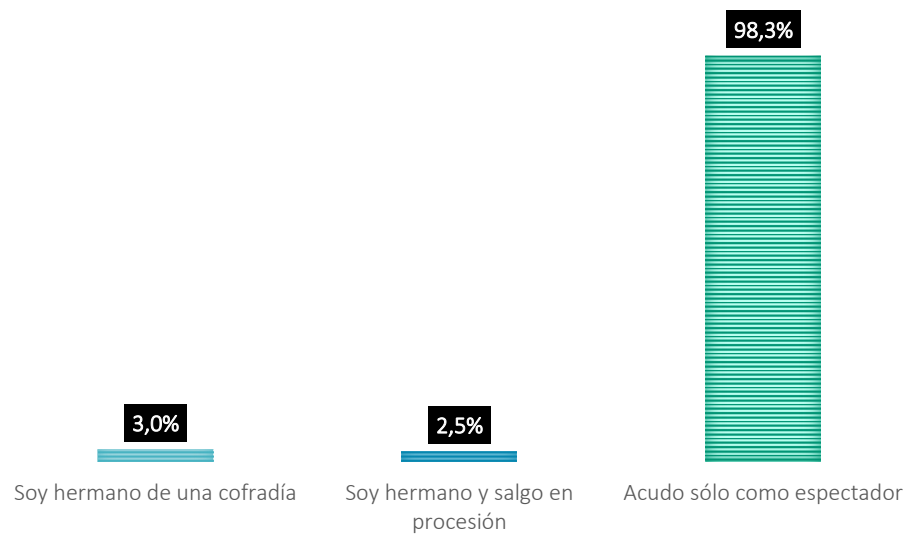
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

VINCULACIÓN CON LA SEMANA SANTA

Entre los visitantes encuestados que asistieron a la Semana Santa o tenían la intención de hacerlo, la gran mayoría **(98,3%)** declara acudir únicamente como espectador. Solo un **3%** se identifica como hermano cofrade, y un reducido **2,5%** afirma no solo ser cofrade, sino también haber participado activamente en alguna procesión celebrada en la capital.

Estos datos reflejan que, aunque la implicación directa en los desfiles procesionales es minoritaria, el evento atrae a un público amplio que lo vive principalmente desde una perspectiva admiradora.

Ilustración 21. Distribución del visitante espectador de la Semana Santa según su vinculación con el evento.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

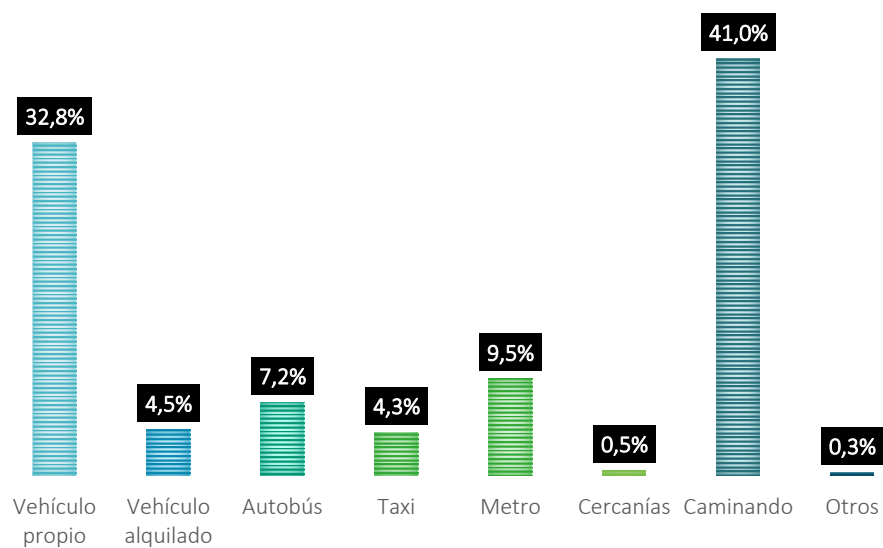
TIPO DE TRANSPORTE

Los visitantes que acuden al centro de Málaga para presenciar los desfiles procesionales durante la Semana Santa emplean diversos medios de transporte. Los más utilizados son:

- **Desplazamiento a pie desde el alojamiento:** 41%
- **Vehículo propio:** 32,8%
- **Metro:** 9,5%
- **Autobús:** 7,2%

En menor medida, también se mencionan el **vehículo alquilado** (4,5%) y el **taxi** (4,3%).

Ilustración 22. Distribución del visitante espectador de la Semana Santa según el tipo de transporte.

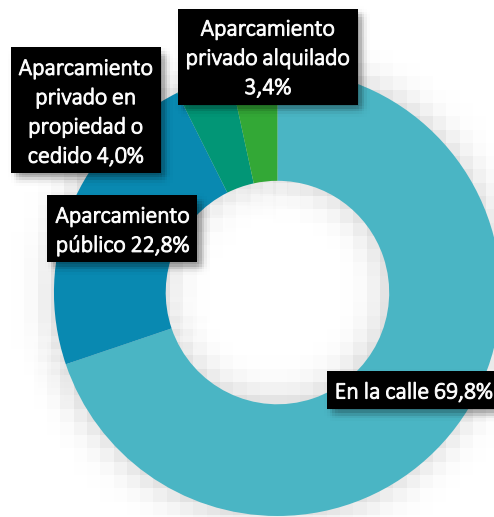


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

TIPO DE APARCAMIENTO UTILIZADO

Entre los visitantes que se desplazaron al centro de Málaga en su propio vehículo para disfrutar de la Semana Santa, una amplia mayoría optó por estacionar en **la vía pública** (69,8%). Un **22,8%** decidió estacionar en **aparcamientos públicos**, mientras que un **7,4%** utilizó **aparcamientos privados**, ya fueran de su propiedad, cedidos por terceros o alquilados.

Ilustración 23. Distribución del visitante espectador de la Semana Santa según ti tipo de aparcamiento utilizado.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

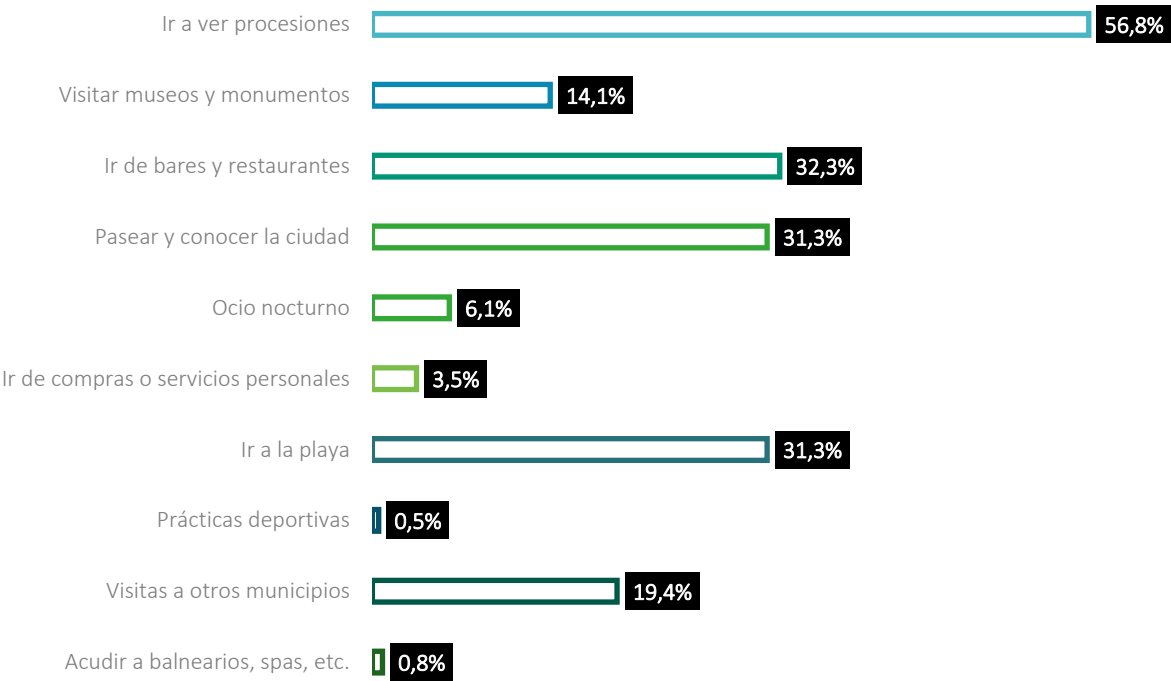
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS REALIZADAS

La mayoría de los visitantes que acudieron a la Semana Santa de Málaga en 2025 lo hicieron con el objetivo principal de **ver las procesiones**, actividad mencionada por el **56%** de los encuestados.

Además, más de tres de cada diez aprovechó su estancia para **ir de bares y restaurantes** (32,3%), **pasear por la ciudad** para conocerla mejor (31,3%) e **ir a la playa** (31,3%).

Otras actividades realizadas incluyen las **visitas a otros municipios** (19,4%) y a **museos y monumentos** (14,1%), lo que evidencia una oferta turística diversa que complementa el atractivo principal de los desfiles procesionales.

Ilustración 24. Distribución de los visitantes espectadores de la Semana Santa según las actividades realizadas durante su visita.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

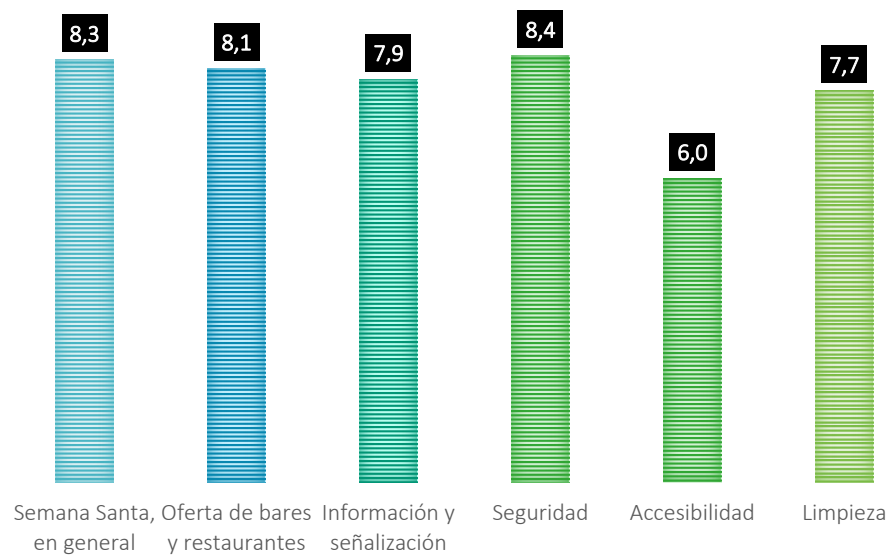
Imagen y valoración

VALORACIÓN

La Semana Santa de Málaga fue valorada muy positivamente por los visitantes, obteniendo una puntuación media de **8,3 sobre 10**. Entre los aspectos mejor valorados destacan la **seguridad** (8,4) y la **oferta gastronómica** —bares y restaurantes— (8,1), lo que refleja una experiencia satisfactoria tanto en términos de organización como de servicios complementarios.

Por el contrario, los aspectos que recibieron menor puntuación fueron la **accesibilidad** (6) y la **limpieza** (7,7), lo que señala áreas de mejora para futuras ediciones del evento.

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



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Por parte de los visitantes espectadores de la Semana Santa se destaca la información y la señalización del evento como el factor que más ha evolucionado en comparación con ediciones anteriores.

IMAGEN

Los visitantes que acuden a Málaga durante la Semana Santa asocian esta festividad principalmente con valores culturales y emocionales. El **64%** la vincula con la **tradición**, seguido por un **38,6%** que la relaciona con la **pasión**, y un **19,8%** que destaca su carácter **religioso**.

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



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.







CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA Y DEL IMPACTO ECONÓMICO



6.- CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA Y DEL IMPACTO ECONÓMICO

Tras analizar los perfiles y comportamientos de los distintos grupos de visitantes durante la Semana Santa de Málaga, este capítulo presenta los resultados relativos a tres aspectos clave:

- La **estimación del número total de visitas** recibidas en la ciudad con la motivación principal de presenciar los desfiles procesionales.
- El **gasto medio por visita** generado por cada espectador que acude a ver las procesiones en la capital de la Costa del Sol.
- La **determinación del impacto económico** derivado de dicho gasto en el entorno local.

Estos indicadores permiten dimensionar el alcance turístico y económico de la Semana Santa como evento cultural de referencia, y ofrecen una base sólida para la planificación estratégica de futuras ediciones.

6.1.- VISITAS RECIBIDAS POR LA SEMANA SANTA DE MÁLAGA

La estimación del total de visitas recibidas durante la Semana Santa de Málaga se ha realizado a partir del trabajo de campo específico para este estudio, complementado con datos de organismos oficiales vinculados a la actividad económica de la ciudad.

Este análisis introduce una metodología más precisa respecto a estudios anteriores, al considerar dos dimensiones clave:

1. **Visitas de residentes** de Málaga y su área metropolitana, tradicionalmente excluidas en estimaciones previas.
2. **Visitas específicas de espectadores no residentes** que acudieron expresamente a presenciar los desfiles procesionales, en lugar de basarse únicamente en la duración de la estancia en la ciudad.

Gracias a este enfoque, se estima que la Semana Santa de Málaga recibió **más de 2,6 millones de visitas en 2025**, lo que representa un incremento del **22,9%** respecto a 2023. De estas visitas:

- El **91,9%** fueron realizadas por **residentes** de Málaga.
- El **8,1%** correspondieron a **no residentes** que se encontraban en la ciudad durante la celebración.

Este avance metodológico permite una medición más ajustada del impacto real del evento, tanto en términos de afluencia como de repercusión económica.

Ilustración 27 Distribución de las visitas por tipología de espectador de la Semana Santa.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

La Semana Santa de Málaga recibió en 2025 la visita de **más de 513.675 espectadores**, según la estimación realizada en este estudio (un -13,8% menos en comparación con 2023). De ellos:

- El **81,2%** fueron **residentes** en la ciudad.
- El **18,8%** fueron **no residentes**, es decir, visitantes que se encontraban en Málaga durante la celebración.

Este dato permite calcular una **tasa de penetración del 70,5%** entre la población censada en la capital, lo que indica que **siete de cada diez de los malagueños** acudieron a ver los **desfiles procesionales**. Este nivel de participación local refuerza el carácter identitario y arraigado de la Semana Santa como evento cultural y social.

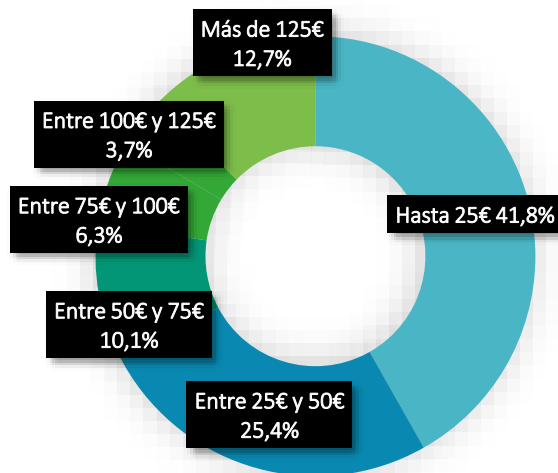
6.2.- CUANTIFICACIÓN DEL GASTO POR VISITA A LA SEMANA SANTA

Una vez cuantificada la **audiencia total** de la Semana Santa de Málaga y el **número de visitas** realizadas por quienes acuden a presenciar los desfiles procesionales, el siguiente paso del estudio se centra en calcular el **gasto medio generado por cada visita**.

GASTO DEL RESIDENTE ESPECTADOR DE LA SEMANA SANTA POR VISITA

En el caso de los **residentes**, el gasto medio por visita se sitúa en **53,08 euros**. La mayoría (41,8%) declaró haber gastado **menos de 25 euros**, mientras que el segundo grupo más mayoritario se corresponde con quienes indicaron un gasto **entre 25 y 50 euros (25,4%)**.

Ilustración 28 Distribución de los residentes espectadores de la Semana Santa según el gasto realizado en sus visitas.



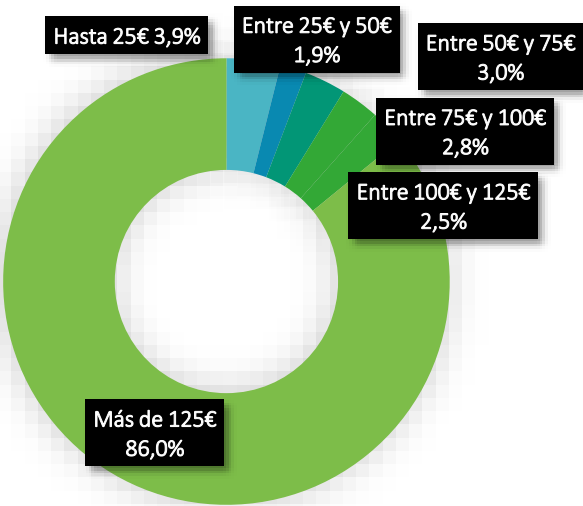
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El análisis histórico del gasto del residente nos permite observar cómo este se ha incrementado en un 17,6% respecto al 2016, cuando el promedio de éste se cuantificaba en 45,16€. Sin embargo, en comparación con el año 2023, el gasto del residente se redujo en un 5,9%.

GASTO DEL VISITANTE ESPECTADOR DE LA SEMANA SANTA POR VISITA

Por término medio, el visitante que llega a Málaga para conocer la Semana Santa gasta **372,50 euros por visita**. Más de ocho de cada diez encuestados declararon haber realizado un gasto **superior a 125 euros** en cada visita. En segundo lugar, se sitúan quienes gastaron **hasta 25 euros** (3,9%), seguidos por aquellos que indicaron un gasto **entre 50 y 75 euros** (3%).

Ilustración 29 Distribución de los visitantes espectadores de la Semana Santa según el gasto realizado en sus visitas



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

A lo largo de los años, el gasto del visitante espectador de la Semana Santa ha mostrado un crecimiento significativo. En comparación con la anterior edición de este estudio (año 2023), este se ha incrementado en un 53,5%.

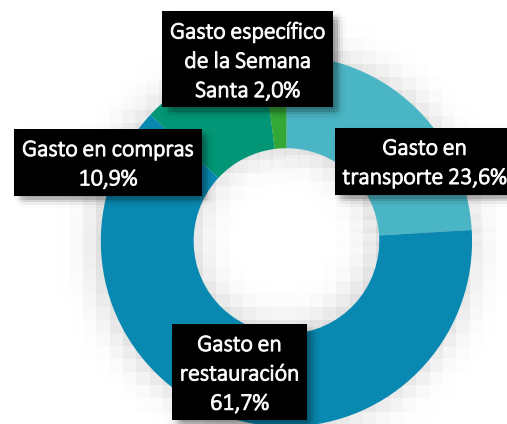
6.3.- DETERMINACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO

Para determinar el impacto económico total generado por la demanda adicional de bienes y servicios durante la Semana Santa de Málaga, es necesario definir un **vector de gasto** que indique qué porcentaje del gasto total se destina a cada subsector del tejido empresarial andaluz.

En el caso de los **espectadores residentes** en la ciudad, la mayoría del gasto se concentra en **restauración** (61,7%). Le siguen el **transporte** (23,6%) y las **compras** (10,9%). Finalmente, se sitúan el consumo de bienes y servicios directamente relacionados con los desfiles procesionales (2%).

Hay que destacar que el gasto en bares y restaurantes es la partida que más se ha incrementado a lo largo de los años por parte de los residentes espectadores de la Semana Santa de Málaga.

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



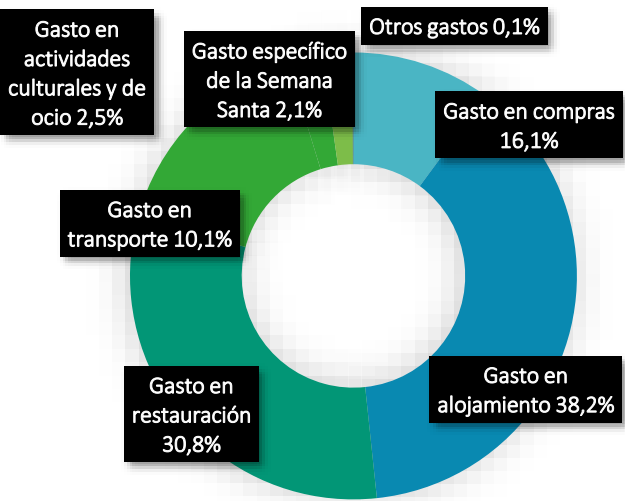
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Los espectadores de la Semana Santa que no residen en Málaga destinan la mayor parte de su gasto al **alojamiento** (38,2%), seguido muy de cerca por la **restauración** (30,8%). En tercer lugar, se sitúan las **compras** (16,1%), mientras que el **transporte** representa el 10,1% y las **actividades culturales y de ocio** el 2,5%.

Seguidamente, se encuentran los gastos directamente relacionados con los desfiles procesionales (2,1%) y otros gastos en sectores productivos (0,1%).

Para los no residentes, la partida de gasto que más ha crecido comparativamente con ediciones de este estudio ha sido la relativa al alojamiento, a las compras alimenticias y a la restauración.

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



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Como se ha mostrado en este estudio, los **efectos económicos directos** derivados del consumo generado por los espectadores de la Semana Santa de Málaga en su edición de 2025 se han calculado considerando la **frecuencia de consumo** y el **importe exacto** de cada una de las partidas incluidas en el análisis. Estas partidas abarcan: transporte hasta la ciudad, alojamiento, compras alimenticias y no alimenticias, excursiones o visitas organizadas, restauración, transporte urbano, actividades culturales y de ocio, así como servicios específicos relacionados con la Semana Santa (alquiler de sillas, tribunas y balcones, participación en procesiones y otros gastos asociados).

Con base en esta metodología, se estima que los **efectos económicos directos** asociados al consumo de los espectadores ascienden a **204,57 millones de euros**, lo que supone un decremento del **19,4% respecto a 2023**.

Este descenso se explica principalmente por la **menor demanda de bienes y servicios** generada por el descenso del número de espectadores no residentes.

Los efectos económicos directos generados por el consumo de los espectadores de la Semana Santa de Málaga en 2025 han provocado, además, un incremento en la **producción de bienes y servicios de forma indirecta e inducida**. Considerando este flujo económico en los distintos subsectores del tejido empresarial andaluz, se estima que el **impacto económico total** asciende a **más de 320,52 millones de euros**, lo que supone un descenso del **19,8% respecto a 2023**.

Siguiendo la misma metodología, se ha calculado el **efecto total en el empleo** derivado de la demanda generada por los espectadores. En 2025, se cuantifica la creación de **2.975 empleos equivalentes**, lo que representa un descenso del **17,6% en comparación con la edición de 2023**.





CONCLUSIONES:



7.- CONCLUSIONES

En este apartado se resumen las principales conclusiones derivadas del presente estudio, cuyo objetivo general ha sido “determinar el impacto económico generado por los espectadores (residentes y no residentes) como consecuencia de sus desplazamientos al centro de la ciudad para presenciar los desfiles procesionales de la Semana Santa de Málaga 2025”.

ASPECTOS GENERALES DEL ESTUDIO

La Semana Santa de Málaga continúa consolidándose como uno de los eventos culturales y turísticos más significativos de la ciudad, tanto por su arraigo local como por su capacidad de atracción hacia visitantes nacionales e internacionales.

Si bien el análisis se centra en el impacto económico generado por los espectadores, conviene recordar que la repercusión total de la Semana Santa abarca también dimensiones estructurales y permanentes —como la actividad de la industria cofrade o las acciones sociales y patrimoniales de las hermandades— cuyo peso económico anual supera los **39,7 millones de euros**, según estudios previos de la propia Catedral.

El presente informe confirma una tendencia hacia la **estabilización del impacto económico** tras el repunte postpandemia registrado en 2023, observándose una ligera **contracción del gasto total (-19,8%)**, motivada principalmente por la reducción del número de visitantes no residentes y por un patrón de consumo más contenido. Aun así, la Semana Santa mantiene un papel esencial como motor de actividad económica, con un impacto total estimado de **320,5 millones de euros** y la **generación de 2.975 empleos equivalentes** durante el periodo analizado.

SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS ESPECTADORES

En la edición de 2025, la Semana Santa de Málaga recibió **más de 2,6 millones de visitas**, lo que representa un **incremento del 22,9% respecto a 2023**. No obstante, el número de espectadores únicos descendió a **513.675**

personas, un **13,8% menos** que en la edición anterior. Esta aparente discrepancia se explica por un aumento de la asistencia reiterada de residentes —que acuden varios días— y un descenso del número de visitantes externos.

El perfil sociodemográfico del espectador se mantiene joven, con una edad media cercana a los 38 años tanto entre residentes como visitantes, y una creciente participación femenina (60% entre residentes y 56% entre visitantes).

Los residentes refuerzan su fidelidad al evento: casi nueve de cada diez han asistido en más de seis ocasiones y acuden una media de **5,7 días** durante la semana (frente a 4,3 días en 2023). En el caso de los visitantes, el 48,8% acudía por primera vez, pero uno de cada cinco lo ha hecho ya en más de diez ocasiones, evidenciando un **equilibrio entre atracción de nuevos públicos y mantenimiento de los fieles**.

El uso del **metro y el transporte público** sigue creciendo de forma significativa entre los residentes (36,3%), consolidándose como la alternativa más utilizada junto al desplazamiento a pie. Este cambio confirma la **efectividad de la infraestructura metropolitana y la mejora de la movilidad sostenible** durante el evento.

SOBRE LOS HÁBITOS Y LA VINCULACIÓN COFRADE

La implicación directa de los malagueños con la Semana Santa sigue siendo notable: más de un **40% de los residentes encuestados** declara ser hermano de alguna cofradía, aunque solo una parte participa activamente en los desfiles procesionales. Entre los visitantes, la implicación directa es testimonial (3%), lo que confirma su perfil principalmente espectador.

La satisfacción global del público se mantiene en niveles elevados (**8,3 sobre 10 en visitantes y 8,4 en residentes**). Los aspectos mejor valorados son la seguridad, la oferta gastronómica y la ambientación general. Por el contrario, la accesibilidad y la congestión del recorrido oficial siguen siendo los elementos más susceptibles de mejora.

SOBRE EL IMPACTO ECONÓMICO Y LA ESTRUCTURA DEL GASTO

En 2025, el **gasto medio por visita del residente** se situó en **53,08 euros**, mientras que el **visitante no residente** alcanzó una media de **372,5 euros**. Las principales partidas de gasto son la restauración (61,7% en residentes y 30,8% en visitantes), el alojamiento (38,2% en visitantes) y las compras.

A pesar del ligero retroceso respecto a 2023, los indicadores reflejan un **impacto consolidado y sostenido**, con **204,57 millones de euros en efectos directos** y un total estimado de **320,52 millones de euros en efectos agregados** (directos, indirectos e inducidos).

Estos valores confirman que la Semana Santa continúa siendo **uno de los acontecimientos de mayor impacto económico de la ciudad de Málaga**, comparable a otros grandes eventos culturales y deportivos. Además, la generación de **casi 3.000 empleos equivalentes** refuerza su papel como dinamizador del tejido productivo local, especialmente en los sectores de hostelería, transporte y comercio.

CONSIDERACIONES FINALES

Los resultados del presente estudio ponen de manifiesto que la Semana Santa de Málaga mantiene una **gran vitalidad económica, social y cultural**, y continúa siendo un elemento vertebrador de la identidad local y un referente de atracción turística.

A medio plazo, los retos se centran en la **gestión sostenible del crecimiento**, la **mejora de la accesibilidad y la movilidad urbana**, la **diversificación de la oferta complementaria** y el **refuerzo de la dimensión cultural y patrimonial** de la Semana Santa como producto turístico de excelencia.

Finalmente, debe subrayarse que, más allá de su valor económico, la Semana Santa sigue siendo, ante todo, una **manifestación de la identidad malagueña**, cuya preservación, autenticidad y transmisión intergeneracional deben constituir el eje de cualquier estrategia de desarrollo futuro.





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

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.; González, E. y Sierra, P. (2023): 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.; 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.

del Alcázar, B.; Moniche, L. y Aróstegui, A. (2024): 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:

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

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



COSTA DEL SOL
MÁLAGA