

IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA SEMANA SANTA DE VALLADOLID

INFORME DE INVESTIGACIÓN



GRUPO DE INVESTIGACIÓN RECONOCIDO
EN ECONOMÍA DE LA CULTURA
UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

NOVIEMBRE DE 2023

Estudio de Impacto Económico y Social de la Semana Santa de Valladolid

Equipo de investigación:

Luis César Herrero Prieto. (Coordinador).

Catedrático de Economía Aplicada.

Ana Bedate Centeno.

Profesora Titular de Economía Financiera y Contabilidad.

María José del Barrio Tellado.

Profesora Titular de Economía Financiera y Contabilidad.

María Devesa Fernández.

Profesora Titular de Economía Aplicada.

José Ángel Sanz Lara.

Profesor Titular de Economía Financiera y Contabilidad.

Mafalda Gómez Vega.

Profesora Contratada Doctor de Economía Aplicada.

Iván Boal San Miguel.

Profesor Ayudante Doctor de Economía Aplicada.

Jonathan Daniel Gómez Zapata.

Profesor Asistente de Economía Aplicada.

Fátima Espinosa Casero.

Contratada Predoctoral.

Grupo de Investigación en Economía de la Cultura.

Universidad de Valladolid

Contrato:

Dirección General de Turismo. Junta de Castilla y León.



Universidad de Valladolid
Grupo de Investigación Reconocido
en Economía de la Cultura

Valladolid, 30 de noviembre de 2023

Informe Final:

Este documento constituye el Informe Final del Estudio de Impacto Económico y Social de la Semana Santa de Valladolid. No se consiente la reproducción total o fragmentada sin autorización expresa de los autores y la Dirección General de Turismo de la Junta de Castilla y León.

Créditos:

Contenidos, edición y fotografías son de autoría del Grupo de Investigación Reconocido en Economía de la Cultura de la Universidad de Valladolid.

Índice

INTRODUCCIÓN	1
1. CASO DE ESTUDIO Y PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	3
1.1. LA SEMANA SANTA EN VALLADOLID.....	3
1.2. NOTA METODOLÓGICA.....	7
1.2.1. Acotación económica del caso de estudio	7
1.2.2. Los Modelos de Impacto Económico.....	9
1.3. FICHA TÉCNICA DEL TRABAJO DE CAMPO	13
2. ANÁLISIS DE IMPACTO ECONÓMICO	15
2.1. PRECISIONES METODOLÓGICAS	15
2.2. ANÁLISIS DEL GASTO DIRECTO Y CÓMPUTO DE EFECTO DIRECTO	18
2.2.1. Esfuerzo institucional.....	19
2.2.2. Esfuerzo Cofrade-Junta de Cofradías Análisis del gasto	20
2.2.3. Esfuerzo Cofrade-Cofradías. Análisis del gasto.....	20
2.2.4. Esfuerzo Cofrade- Cofrades. Análisis del gasto.....	21
2.2.5. Cómputo y estructura del efecto directo	22
2.3. ANÁLISIS DEL GASTO INDIRECTO Y CÓMPUTO DE EFECTO INDIRECTO	23
2.3.1. Gasto visitantes: análisis	25
2.3.2. Gasto cofrades: análisis.....	27
2.3.3. Gasto residentes: análisis	28
2.3.4. Cómputo y estructura del efecto indirecto	29
2.4. ANÁLISIS DEL GASTO INDUCIDO Y CÓMPUTO DE EFECTO INDUCIDO	30
3. ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTOS Y PERFILES DE PARTICIPACIÓN.....	33
3.1. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS PARTICIPANTES EN LA SEMANA SANTA DE VALLADOLID.....	33
3.2. ESPECTADORES DE LA SEMANA SANTA DE VALLADOLID 2023	36
3.3. ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO DE COFRADES	40
3.3.1. Descripción general	40
3.3.2. Participación en la Semana Santa	41
3.4. ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO DE RESIDENTES.....	43
3.4.1. Descripción general	43
3.4.2. Motivación para permanecer en Valladolid	44
3.5. ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO DE VISITANTES	46
3.5.1. Descripción general	46
3.5.2. Características del viaje	46
3.5.3. Motivación del viaje.....	51

4. ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN Y VALORACIONES.....	55
4.1. COFRADES	55
4.2. RESIDENTES	60
4.3. VISITANTES	65
INFORME EJECUTIVO.....	71
BIBLIOGRAFÍA	81

Índice de Cuadros

CUADRO 1: RELACIÓN DE COFRADÍAS DE LA SEMANA SANTA DE VALLADOLID	4
CUADRO 2: RELACIÓN DE PROCESIONES CON HORARIO Y LUGAR DE SALIDA. SEMANA SANTA 2023	6
CUADRO 3: OTROS ACTOS LITÚRGICOS CON HORARIO Y LUGAR. SEMANA SANTA 2023	7
CUADRO 4: DETALLE DE LOS MULTIPLICADORES UTILIZADOS POR RAMAS DE ACTIVIDAD	18
CUADRO 5: GASTO DEL AYUNTAMIENTO DE VALLADOLID	20
CUADRO 6: GASTO DE LA JUNTA DE COFRADÍAS	20
CUADRO 7: GASTO DE LAS COFRADÍAS	21
CUADRO 8: GASTO DE LOS COFRADES ACTIVOS	21
CUADRO 9: IMPACTO DIRECTO TOTAL	22
CUADRO 10: CÁLCULO DE AFOROS	23
CUADRO 11: DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE ASISTENTES, NÚMERO MEDIO DE PROCESIONES VISTAS Y NÚMERO DE PERSONAS DISTINTAS EN CADA GRUPO	25
CUADRO 12: VISITANTES POR TIPOLOGÍA	25
CUADRO 13: GASTO EN EUROS DE LOS VISITANTES POR CONCEPTO Y TIPOLOGÍA	26
CUADRO 14: GASTOS MEDIOS Y TOTALES EN EUROS DE LOS COFRADES COMO ESPECTADORES POR PERSONA Y POR CONCEPTO	27
CUADRO 15: GASTO TOTAL DE LOS RESIDENTES EN EUROS POR CONCEPTO Y PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL	29
CUADRO 16: IMPACTO ECONÓMICO DE LA SEMANA SANTA DE VALLADOLID 2023, EFECTOS INDIRECTOS	29
CUADRO 17: GASTO INDUCIDO TOTAL	31
CUADRO 18: IMPACTO TOTAL DE LA SEMANA SANTA DE VALLADOLID 2023	32
CUADRO 19: ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE EDAD	34
CUADRO 20: DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE PROCESIONES QUE SALIERON CADA DÍA DE LA SEMANA SANTA	38
CUADRO 21: DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE COFRADES QUE SALIERON EN CADA UNA DE LAS PROCESIONES DE LA SEMANA SANTA DE VALLADOLID DE 2023	42
CUADRO 22: PRUEBA CHI-CUADRADA MOTIVACIONES-EDAD (COFRADES)	57
CUADRO 23: PRUEBA CHI-CUADRADA VALORACIÓN-EDAD (COFRADES)	58
CUADRO 24: PRUEBA CHI-CUADRADA VALORACIÓN-EDAD (RESIDENTES).....	61
CUADRO 25: PRUEBA CHI-CUADRADA EVENTOS-EDAD (RESIDENTES).....	64
CUADRO 26: PRUEBA CHI-CUADRADA VALORACIÓN-EDAD (VISITANTES)	66
CUADRO 27: PRUEBA CHI-CUADRADA EVENTOS-EDAD (VISITANTES).....	69

Índice de Gráficos

GRÁFICO 1: SEMANA SANTA DE VALLADOLID: UN BIEN CULTURAL COMPLEJO	8
GRÁFICO 2: MODELOS DE IMPACTO ECONÓMICO: FLUJOS Y ACOTACIONES.....	12
GRÁFICO 3: DISTRIBUCIÓN DE LOS EFECTOS DIRECTOS DE LOS DIFERENTES AGENTES EN PORCENTAJE	22
GRÁFICO 4: DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DE LOS VISITANTES POR PARTIDA EN PORCENTAJE	27
GRÁFICO 5: DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DE LOS COFRADES COMO PÚBLICO POR PARTIDAS EN PORCENTAJE.....	28
GRÁFICO 6: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS GASTOS INDIRECTOS	30
GRÁFICO 7: DISTRIBUCIÓN DE LOS DIFERENTES IMPACTOS (FLUJO DE AGENTES) EN PORCENTAJE.....	31
GRÁFICO 8: DISTRIBUCIÓN DE LOS DIFERENTES IMPACTOS (FLUJOS AGREGADOS) EN PORCENTAJE	32
GRÁFICO 9: DISTRIBUCIÓN SEGÚN SEXO: <i>COFRADES, RESIDENTES Y VISITANTES</i>	33
GRÁFICO 10: DISTRIBUCIÓN SEGÚN GRUPO DE EDAD: <i>COFRADES, RESIDENTES Y VISITANTES</i>	34
GRÁFICO 11: DISTRIBUCIÓN SEGÚN NIVEL DE ESTUDIOS TERMINADOS: <i>COFRADES, RESIDENTES Y VISITANTES</i>	35
GRÁFICO 12: DISTRIBUCIÓN SEGÚN TRABAJO ACTUAL: <i>COFRADES, RESIDENTES Y VISITANTES</i>	35
GRÁFICO 13: DISTRIBUCIÓN SEGÚN INGRESOS: <i>COFRADES, RESIDENTES Y VISITANTES</i>	36
GRÁFICO 14 DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE PROCESIONES VISTAS.....	37
GRÁFICO 15: PORCENTAJE DE <i>RESIDENTES</i> QUE TENÍAN PENSADO VER PROCESIONES EN VALLADOLID DURANTE LA SEMANA SANTA DE 2023 SEGÚN FECHA.....	39
GRÁFICO 16: PORCENTAJE DE <i>VISITANTES</i> QUE TENÍAN PENSADO PERMANECER EN VALLADOLID DURANTE LA SEMANA SANTA DE 2023 SEGÚN FECHA.....	39
GRÁFICO 17: DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE PROCESIONES EN LAS QUE SALEN LOS COFRADES	41
GRÁFICO 18: MOTIVACIÓN DE LAS PROCESIONES DE LA SEMANA SANTA PARA PERMANECER EN VALLADOLID	44
GRÁFICO 19: INFLUENCIA DE LA SEMANA SANTA EN LOS GASTOS DE CONSUMO.....	45
GRÁFICO 20: DISTRIBUCIÓN DE LOS RESIDENTES EN FUNCIÓN DE LA MOTIVACIÓN Y LA INFLUENCIA EN EL GASTO	45
GRÁFICO 21: DISTRIBUCIÓN DEL ALOJAMIENTO POR TIPO DE VISITANTE	47
GRÁFICO 22: PORCENTAJE DE <i>VISITANTES</i> SEGÚN NÚMERO DE DÍAS DE ESTANCIA EN VALLADOLID.....	47
GRÁFICO 23: DISTRIBUCIÓN DE <i>VISITANTES</i> SEGÚN LUGAR DE PROCEDENCIA.	48
GRÁFICO 24: DISTRIBUCIÓN DE LOS <i>VISITANTES</i> POR COMUNIDAD AUTÓNOMA	48
GRÁFICO 25: DISTRIBUCIÓN DE LOS <i>VISITANTES</i> EXTRANJEROS SEGÚN PAÍS DE ORIGEN	49
GRÁFICO 26: DISTRIBUCIÓN DE LOS <i>VISITANTES</i> SEGÚN MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO	50
GRÁFICO 27: DISTRIBUCIÓN POR EL TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO POR LOS VISITANTES.....	50
GRÁFICO 28: TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO POR LOS <i>TURISTAS</i>	51
GRÁFICO 29: MOTIVACIÓN DE LAS PROCESIONES DE LA SEMANA SANTA PARA VISITAR VALLADOLID	52
GRÁFICO 30: DISTRIBUCIÓN DE <i>VISITANTES</i> SEGÚN REPETICIÓN DE LA VISITA A LA SEMANA SANTA DE VALLADOLID.	52
GRÁFICO 31: DISTRIBUCIÓN DE LOS VISITANTES EN FUNCIÓN DE LA MOTIVACIÓN Y LA REPETICIÓN DE LA VISITA.....	53
GRÁFICO 32: MOTIVACIONES COFRADES Y GRADO DE INTENSIDAD	56
GRÁFICO 33: VALORACIÓN POR COFRADES DE DIFERENTES ASPECTOS DE LA SEMANA SANTA.....	57
GRÁFICO 34: PERCEPCIÓN COFRADES GRADO DE IMPLICACIÓN DE LOS AGENTES INVOLUCRADOS	59

GRÁFICO 35: VALORACIÓN GENERAL COFRADES	59
GRÁFICO 36: VALORACIÓN POR RESIDENTES DE DIFERENTES ASPECTOS DE LA SEMANA SANTA.....	61
GRÁFICO 37: VALORACIÓN GENERAL RESIDENTES	62
GRÁFICO 38: GRADO DE IMPLICACIÓN DE LAS INSTITUCIONES Y OTRAS ENTIDADES. OPINIÓN DE RESIDENTES	63
GRÁFICO 39: VALORACIÓN DE EVENTOS LOCALES (RESIDENTES).....	64
GRÁFICO 40: VALORACIÓN POR VISITANTES DE DIFERENTES ASPECTOS DE LA SEMANA SANTA.....	66
GRÁFICO 41: VALORACIÓN GENERAL VISITANTES	67
GRÁFICO 42: VALORACIÓN GENERAL COMPARADA COFRADES, RESIDENTES Y VISITANTES.....	67
GRÁFICO 43: VALORACIÓN DE EVENTOS LOCALES (VISITANTES)	68

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este estudio es estimar el impacto económico de la celebración de la Semana Santa de Valladolid sobre la economía local y regional en términos de actividad económica, es decir, el cómputo del flujo de demanda efectiva generado por la organización, desarrollo y disfrute de este evento cultural y religioso. Se toma como año de referencia la celebración en 2023, una edición en tiempo normalizado tras la pandemia, y en circunstancias climatológicas no adversas, de modo que tanto la celebración del evento como el sistema de encuestas y trabajo de campo se han producido sin anomalías destacables.

La Semana Santa de Valladolid puede definirse como un bien cultural complejo sobre la base de tres dimensiones. Primero, es una festividad de carácter religioso, una celebración colectiva, un evento con respaldo cultural innegable y un factor de atracción turística. En términos de acotación de un bien cultural, se trata de un espectáculo escénico en vivo y de carácter efímero, una expresión de patrimonio cultural inmaterial, de patrimonio artístico de gran calidad y un medio de creación cultural y musical. En términos de organización, se basa en la tradición heredada de una iniciativa colectiva (cofradías y cofrades), con apoyo institucional, para promover un evento de amplia participación e impacto.

Esta es la acotación económica de la Semana Santa de Valladolid que hemos utilizado en el estudio y, por tanto, junto con la estimación del impacto económico, se deducen también otros objetivos complementarios de interés como son, en primer lugar, el análisis del sistema organizativo y de financiación de todo el acontecimiento cultural en su conjunto, como ejemplo de supervivencia de un bien público de recurso común, de enorme riqueza cultural e histórica, basado en la iniciativa individual y colectiva.

En segundo lugar resalta el interés de los estudios comportamentales que se deducen y de caracterización de los agentes implicados: instituciones que apoyan el evento; los cofrades y las cofradías como principales protagonistas de la organización y ejecución del acontecimiento; los residentes de la ciudad de Valladolid, primeros espectadores de la programación y la festividad, motivados en cierta manera por una de sus señas de identidad local; y finalmente los visitantes (turistas y excursionistas) que acuden por el reclamo de una de las Semanas Santas más reputadas en España y que constituyen el factor más notable de impacto en el gasto total.

Por último, se deducen también distintos análisis de valoración de la Semana Santa desde cuatro niveles: motivaciones de participación de los agentes implicados; evaluación de la Semana Santa en conjunto y en distintos aspectos de organización y valores que propende;

balance del grado de implicación de las distintas administraciones; y, por último, valoración comparativa con otros iconos culturales y turísticos de Valladolid.

Siendo estos los propósitos principales y complementarios del estudio, el informe se estructura de manera consecuente en cuatro secciones básicas. Seguido de esta introducción, la sección 1 contiene la acotación del caso de estudio, el planteamiento metodológico y la ficha técnica del trabajo de campo. La sección 2 se orienta a la estimación del impacto económico y análisis de la estructura de resultados derivados. La sección 3 contiene los estudios comportamentales y perfiles de participación de agentes implicados; y la sección 4 los resultados de valoración de la Semana Santa desde distintas perspectivas. El estudio se cierra con un apartado de conclusiones y resumen ejecutivo de resultados esenciales.

1. CASO DE ESTUDIO Y PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1. La Semana Santa en Valladolid

La Semana Santa de Valladolid es un acontecimiento cultural y religioso que abarca un período de diez días en el que ciudadanos y visitantes se citan en las calles e iglesias de la ciudad para poner en escena y contemplar un acontecimiento singular cuyo impacto se siente con intensidad en toda la ciudad. Declarada *Fiesta de Interés Turístico Internacional* en 1981, la Semana Santa de Valladolid está reconocida como una de las más importantes de nuestro país, por la solemnidad de sus procesiones y la calidad artística de sus pasos. Con profundas raíces históricas, pues cuenta con Cofradías y Hermandades fundadas en el siglo XV y XVI (las cofradías históricas de Vera Cruz, Pasión, Angustias, Piedad y Nazareno), la Semana Santa vallisoletana, tal y como la conocemos hoy en día, corresponde a una iniciativa de recuperación de pasos, cofradías y reorganización de procesiones a inicios del siglo XX, concretamente a instancias del Arzobispo Gandásegui en 1923. Pero también en los momentos más recientes, la Semana Santa de Valladolid ha seguido evolucionando con la creación de nuevos pasos procesionales, revitalización de cofradías y crecimiento del número de cofrades. Además, el planteamiento escénico de los actos religiosos es cada vez más depurado con la participación de bandas y aplicación de protocolos, así como la organización de actividades culturales paralelas (eventos, exposiciones, publicaciones, producción artesana, etc.), de suerte que, lo que originalmente constituye una celebración religiosa, se establece en la actualidad como una expresión artística de carácter inmaterial y espectáculo en vivo, un factor de nueva producción cultural y sin duda un recurso de atractivo turístico de primera magnitud.

Las procesiones son los actos más visibles de la Semana Santa, pero a ellas se unen otros actos religiosos y culturales que, además de su aportación a la espiritualidad individual de los fieles, acercan a los ciudadanos y visitantes el rico patrimonio artístico que es custodiado por la iglesia, cofradías, museos y otras instituciones, en unos días de puertas abiertas y presencia en la calle de valiosas obras de arte, creando una atmósfera particular de celebración colectiva masiva. En la actualidad, la estructura institucional básica de la Semana Santa vallisoletana se compone de 20 Cofradías y Hermandades, que alumbran un total de 66 pasos a lo largo de 38 procesiones, que se suceden desde el Viernes de Dolores hasta el Domingo de Resurrección (Ver Cuadro 1, Cuadro 2 y Cuadro 3). A ello se une la Junta de Cofradías de la Semana Santa de Valladolid, institución creada en 1946 y que actúa como consejo de cofradías y organismo coordinador de la celebración del conjunto de actos de la Semana Santa, y de su fomento como celebración religiosa y acontecimiento cultural.

Cuadro 1: Relación de cofradías de la Semana Santa de Valladolid

Cofradía	Sede	Nº pasos	Pasos alumbrados	Fundación
Cofradía Penitencial y Sacramental de la Sagrada Cena	Iglesia Parroquial San Pedro Apóstol	2	Jesús de la Esperanza (Juan Guraya Urrutia, 1946) y Sagrada Cena (Juan Guraya Urrutia, 1958)	1940
Cofradía Penitencial de la Oración del Huerto y San Pascual Bailón	Iglesia Parroquial de San Nicolás de Bari	3	“La Oración del Huerto” (Andrés Solanes, h. 1629), “El Prendimiento” (Miguel Ángel Tapia, 1995), “La Oración del Huerto” (Miguel Ángel Tapia, 2002)	1939
Cofradía de Ntro. Padre Jesús Resucitado, María Stma. de la Alegría y las Lágrimas de San Pedro	Iglesia Conventual de Porta-Coeli	2	“Las Lágrimas de San Pedro” (Juan de Ávila, h. 1720), “Ntro. Padre Jesús Resucitado” (Ricardo Flecha, 1994)	1959
Hermanidad Penitencial de Ntro. Padre Jesús Atado a la Columna	Iglesia Conventual de Sta. Isabel de Hungría	3	“Preparativos para la Flagelación” (Hernandez Navarro, 2004), “El Azotamiento del Señor” (Escuela Castellana; 1650), “El Señor Atado a la Columna” (Gregorio Fernández, h. 1619)	930
Hermanidad del Santo Cristo de los Artilleros	Iglesia Penitencial de la Vera Cruz	2	“Ecce-Homo” (Gregorio Fernández, 1622), “Cristo de la Misión” (Escuela Castellana, S. XVIII)	1944
Insigne Cofradía P. de Ntro. Padre Jesús Nazareno	Iglesia Penitencial de Ntro. Padre Jesús Nazareno	2	“Santísimo Cristo de la Agonía” (Antonio de la Peña, 1684), “Ntro. Padre Jesús Nazareno” (Escuela Castellana, finales XVII)	1596
Real Cofradía Penitencial del Stmo. Cristo Despojado, Cristo Camino del Calvario y Ntra. Sra. de la Amargura	Iglesia Parroquial de San Andrés Apóstol	5	“Camino del Calvario” (Gregorio Fernández, 1614), “Cristo Camino del Calvario” (Miguel A. González y José A. Saavedra, 2009), “Ntra. Sra. de la Amargura” (José A. Hernández Navarro, 2000), “Stmo. Cristo Despojado” (José A. Hernández Navarro, 1993), “Preparativos para la Crucifixión” (Juan de Ávila, 1679)	1943
Cofradía Penitencial de la Sagrada Pasión de Cristo	Iglesia Conventual de San Quirce y Santa Julita	5	“Stmo. Cristo de las Cinco Llagas” (Manuel Álvarez. S.XVI), “Stmo. Cristo del Perdón” (Bernardo del Rincón, 1656), “Ntro. Padre Jesús Flagelado” (atribuido a Antonio Ribera 1650), “Sto. Cristo del Calvario” (anónimo S.XVII), Ntro. Padre Jesús con la Cruz a cuestras” (anónimo, S.XVII)	1531
Cofradía de la Exaltación de la Santa Cruz y Ntra. Sra. de los Dolores	Iglesia Parroquial de Ntra. Sra. del Carmen Delicias	4	“Ntra. Sra. de los Dolores” (Taller. 1600), “Stmo Cristo de la Buena Muerte” (Anónimo S.XVI), “Stmo Cristo de la Exaltación” (Francisco Fernández Enríquez e hijo 1999), “La Elevación de la Cruz” (Francisco del Rincón, h. 1604)	1944
Cofradía de las Siete Palabras	Iglesia Parroquial Santiago Apóstol	7	“Padre, perdónales porque no saben lo que hacen” (Gregorio Fernández y taller 1610), “Hoy estarás conmigo en el Paraíso” (Francisco del Rincón, 1606); “Madre, ahí tienes a tu Hijo” (Cristo, Virgen y San Juan de Gregorio Fernández, S.XVII), “Dios mío, Dios mío, porqué me has abandonado” (anónimo, S.XVI), “Sed tengo” (Gregorio Fernández, 1612-1616); “Todo está consumado” (Cristo anónimo S.XVII; Virgen, San Juan y Magdalena, seguidores de Gregorio Fernández, h. 1650), “En tus manos encomiendo mi espíritu” (Cristo de Pompeo Leoni, mitad S.XVI; ladrones copia de los de Gregorio Fernández que se conservan en el Museo Nacional Colegio de San Gregorio)	1929
Hermanidad Universitaria del Santísimo Cristo de la Luz	Capilla del Palacio de Santa Cruz	1	“Stmo. Cristo de la Luz” (Gregorio Fernández, h. 1630)	1941
Real y Venerable Cofradía de la Preciosísima Sangre de Ntro. Sr. Jesucristo	Iglesia Parroquial de Ntra. Sra. de la Antigua	3	“Stmo. Cristo de la Preciosísima Sangre” (Genaro Lázaro Gumiel, 1953), “Stmo. Cristo del Olvido” (Pedro de Ávila, 1720), “María Santísima de la Caridad” (Rafael Martín Hernández, 2017)	1929
Hermanidad del Stmo. Cristo Jesús de Medinaceli, Ntra. Sra. de la Divina Misericordia y Discípulo Amado	Iglesia Parroquial San Martín	2	“Jesús de Medinaceli” (Juan Antonio Blanco, 2012), “San Juan Evangelista” (Pedro de Ávila, S.XVIII)	2011

Cofradía del Descendimiento y Sto. Cristo de la Buena Muerte	Iglesia Parroquial de San Miguel y San Julián	4	“El Descendimiento” (Gregorio Fernández, 1623)“El Monte Calvario” (Cristo Crucificado atribuido a Juan de Juni, S.XVI, y el resto de imágenes de Juan Villalibre y Ron, S.XVIII), “Virgen de la Amargura” (Juan Alonso Villabrille y Ron S. XVIII), “Cristo Yacente” (Gregorio Fernández, h. 1630)	1939
Cofradía Penitencial de la Santa Vera-Cruz	Iglesia Penitencial de la Santa Vera-Cruz	6	“Entrada Triunfal de Jesús en Jerusalem” (Anónimo, S. XVI)“Oración del Huerto” (Andrés Solanes,h. 1629), “El Señor Atado a la Columna” (Gregorio Fernández, h. 1619), “Santo Cristo Ecce-Homo” (Gregorio Fernández, h. 1620), “El Descendimiento” (Gregorio Fernández, h. 1623), “Dolorosa de la Vera-Cruz” (Gregorio Fernández, 1623)	1498
Muy Ilustre Cofradía Penitencial de Ntra. Sra. de la Piedad	Iglesia Parroquial de San Martín	3	“Cristo de la Cruz a María” (Discípulos Gregorio Fernández, h. 1642; cuerpo de José de Arimatea de Jose Antonio Saavedra, 1995), “Cristo de la Humildad” (José de Rozas, 1691), “La Quinta Angustia” (Gregorio Fernández, h. 1625)	1578
Cofradía de la Orden Franciscana Seglar V.O.T.	Iglesia Parroquial Inmaculada Concepción	4	“La Santa Cruz” (Anónimo, S.XIX), “Santa Cruz Desnuda” (Francisco Fernández León, 1993), “Ntra. Sra. de la Soledad” (Anónimo, segunda mitad del S.XVII), “Santísimo Cristo Yacente” (Escuela de Alonso Berruguete, Siglo XVI)	s. XIX
Cofradía del Santo Entierro	Iglesia Conventual de San Joaquín y Santa Ana	1	“Cristo Yacente” (Taller Gregorio Fernández, h. 1631-1636)	1930
Cofradía del Santo Sepulcro y Stmo. Cristo del Consuelo	Iglesia Conventual de San Benito	3	“El Santo Sepulcro” (Alonso y José de Rozas, último cuarto S.XVII); “Stmo. Cristo del Consuelo” (Gregorio Fernández, h. 1610), “Virgen de la Alegría” (Miguel A. Tapia, 1997)	1945
Ilustre Cofradía P. de Ntra. Sra. de las Angustias (1536)	Iglesia Penitencial de Ntra. Sra. de las Angustias	4	“Ntra. Sra. de las Angustias” (Juan de Juni, posterior a 1561), “Cristo de los Carboneros” (Francisco del Rincón, S.XVII),“San Juan y María Magdalena al pie de la Cruz” (Gregorio Fernández, h. 1621), “Cristo Yacente” (Taller Vallisoletano, S.XVII)	1536
Total 20 Cofradías y Hermandades	18 Sedes Canónicas	66 pasos		

Cuadro 2: Relación de procesiones con horario y lugar de salida. Semana Santa 2023

	Procesiones	Día	Hora	Salida
1	Procesión de Perdón y Esperanza	Viernes de dolores	21:00	Iglesia Parroquial San Pedro Apóstol
2	Vía crucis de la Exaltación de la Cruz y Ntra. Sra. de los Dolores	Viernes de dolores	22:00	Iglesia Parroquial de Ntra. Sra. del Carmen Delicias
3	Procesión de la Hermandad del Santo Cristo de los Artilleros	Sábado Pasión	18:00	Iglesia Penitencial de la Santa Vera-Cruz
4	Procesión del Ejercicio Público de las Cinco Llagas	Sábado Pasión	19:00	Iglesia Conventual de San Quirce y Sta. Julita
5	Procesión de las Palmas	Domingo de Ramos	11:30	S. I. M. Catedral
6	Procesión de Amor y Misericordia del Stmo. Cristo de Medinaceli	Domingo de Ramos	19:00	Iglesia Parroquial San Martín
7	Procesión del Santísimo Cristo de los Trabajos	Domingo de Ramos	21:00	Iglesia Parroquial de San Agustín
8	Procesión del Santísimo Rosario del Dolor	Lunes Santo	20:00	Iglesia Penitencial de la Santa Vera-Cruz
9	Procesión de la Buena Muerte	Lunes Santo	22:30	Iglesia Parroquial de Ntra. Sra. de la Antigua
10	Procesión del Encuentro de la Stma. Virgen con su hijo en la Calle de la Zmargura	Martes Santo	20:30	Iglesia Parroquial de San Andrés Apóstol/Iglesia Penitencial de Ntra. Sra. de las Angustias
11	Procesión de la Peregrinación de la Promesa	Martes Santo	22:30	Iglesia Conventual de Sta. Isabel de Hungría
12	Vía crucis procesional	Miércoles Santo	20:30	Iglesia Penitencial de Ntro. Padre Jesús Nazareno/ Salve Angustias
13	Procesión del Santísimo Cristo de las Mercedes	Miércoles Santo	22:00	Iglesia Parroquial Santiago Apóstol
14	Procesión del Arrepentimiento	Miércoles Santo	22:30	Iglesia Conventual de Porta-Coeli
15	Procesión de la Piedad	Miércoles Santo	0:00	Iglesia Parroquial San Martín
16	Procesión de la Peregrinación del Consuelo	Miércoles Santo	0:00	Iglesia Conventual de San Benito
17	Procesión del Santísimo Cristo de la Luz	Jueves Santo	11:00	Capilla del Palacio de Santa Cruz
18	Procesión del Santísimo Cristo de la Preciosísima Sangre y María Santísima de la Caridad	Jueves Santo	18:00	Iglesia Parroquial de Ntra. Sra. de la Antigua
19	Procesión de la Exaltación de la Luz de Cristo	Jueves Santo	18:45	Iglesia Parroquial de Ntra. Sra. del Carmen Delicias
20	Procesión de Penitencia y Caridad	Jueves Santo	19:00	Iglesia Parroquial San Martín
21	Procesión de Cristo en Getsemani	Jueves Santo	19:00	Iglesia Parroquial de San Nicolás de Bari
22	Procesión de Humildad y Penitencia	Jueves Santo	19:00	Iglesia Conventual de Sta. Isabel de Hungría
23	Procesión de la Sagrada Cena	Jueves Santo	19:00	Iglesia Parroquial San Pedro Apóstol
24	Procesión la Amargura en el Monte Xalvario	Jueves Santo	19:00	Iglesia Parroquial de San Miguel y San Julián
25	Estación eucarística en la S.I.M. Catedral de la Cofradía de Ntro. Padre Jesús Resucitado, María Santísima de la Alegría y las Lágrimas de San Pedro	Jueves Santo	19:30	Iglesia Conventual de Porta-Coeli
26	Procesión de Oración y Sacrificio	Jueves Santo	20:00	Iglesia Conventual de San Quirce y Sta. Julita
27	Procesión del Stmo. Cristo Despojado, Cristo Camino del Calvario y Ntra. Sra. de la Amargura	Jueves Santo	20:30	Iglesia Parroquial de San Andrés Apóstol
28	Procesión de la Peregrinación del Silencio	Jueves Santo	23:00	Iglesia Penitencial de Ntro. Padre Jesús Nazareno
29	Procesión de Regla de la Cofradía Penitencial de la Santa Vera-Cruz	Jueves Santo	23:30	Iglesia Penitencial de la Vera Cruz
30	Procesión del "Verum Corpus"	Jueves Santo	23:45	Iglesia Conventual de San Joaquín y Sta. Ana
31	Procesión titular de la Cofradía el Descendimiento y Santo Cristo de la Buena Muerte "Cristo al Humilladero"	Jueves Santo	23:55	Iglesia Parroquial de San Miguel y San Julián
32	Procesión de regla de la Ilustre Cofradía Penitencial de Ntra. Sra. de las Angustias – Sacrificio y Penitencia	Viernes Santo	1:00	Iglesia Penitencial de Ntra. Sra. de las Angustias
33	Procesión del Via-crucis	Viernes Santo	8:00	Iglesia Parroquial Inmaculada Concepción
34	Procesión General de la Sagrada Pasión del Redentor	Viernes Santo	19:30	Iglesia Penitencial de Ntra. Sra. de las Angustias
35	Procesión de la Soledad	Sábado Santo	Después de la General	Iglesia Penitencial de Ntra. Sra. de las Angustias
36	Ofrecimiento de los Dolores de Valladolid a la Stma. Virgen	Sábado Santo	17:30	Iglesia Penitencial de la Santa Vera-Cruz

37	Santo Entierro de Cristo	Sábado Santo	20:00	Iglesia Conventual de San Joaquín y Sta. Ana
38	Procesión del Encuentro de Jesús Resucitado con la Virgen de la Alegría	Domingo Resurrección	10:30	Iglesia Conventual de Porta-Coeli

Cuadro 3: Otros actos litúrgicos con horario y lugar. Semana Santa 2023

	Acto	Día	Hora	Salida
1	Bendición de las palmas	Domingo de Ramos	10:45	S. I. M. Catedral
2	Encuentro de oración con los enfermos	Miércoles Santo	19:30	Iglesia Conventual de Sta. Isabel de Hungría
3	Misa crismal	Jueves Santo	10:30	S. I. M. Catedral
4	Misa de la cena del Señor	Jueves Santo	18:00	S. I. M. Catedral
5	Pregón de las siete palabras	Viernes Santo	8:30	Palacio Arzobispal
6	Sermón de las siete palabras	Viernes Santo	12:00	Plaza Mayor
7	Celebración de la pasión del Señor	Viernes Santo	17:00	S. I. M. Catedral
8	Vigilia pascual	Sábado Santo	23:00	S. I. M. Catedral
9	Solemne misa pascual	Domingo Resurrección	11:00	S. I. M. Catedral

1.2. Nota metodológica

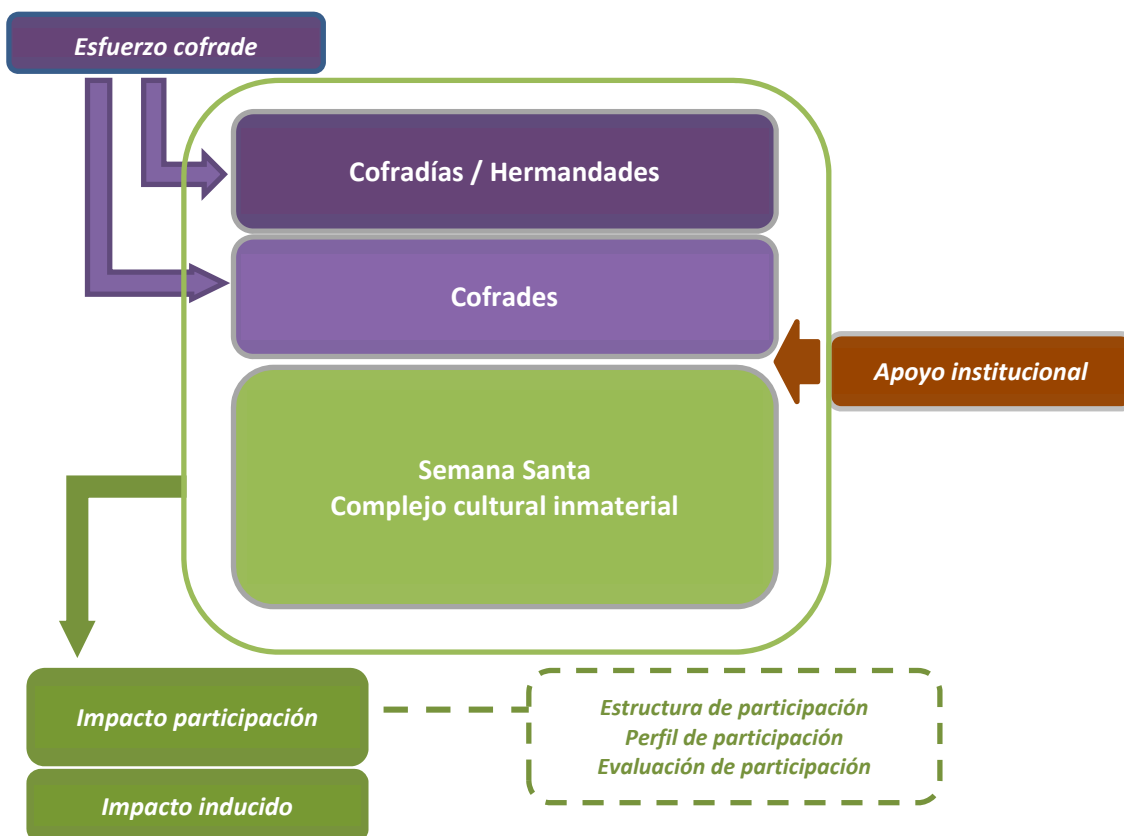
1.2.1. Acotación económica del caso de estudio

La Semana Santa de Valladolid puede definirse como un bien cultural complejo desde tres perspectivas. Primero, es una festividad de carácter religioso, una celebración colectiva, un evento con respaldo cultural innegable y un factor de atracción turística. En términos de acotación de un bien cultural, se trata de un espectáculo escénico en vivo y de carácter efímero, una expresión de patrimonio cultural inmaterial, de patrimonio artístico de gran calidad y un medio de creación cultural y musical. En términos de organización, se basa en la tradición heredada de una iniciativa colectiva (cofradías y cofrades), con apoyo institucional, para promover un evento de amplia participación e impacto.

Esto da lugar a una organización compleja y original como la que trata de ilustrar la figura del Gráfico 1, donde la interacción de los distintos agentes, individuos e instituciones implicadas dan lugar fundamentalmente a tres flujos esenciales: esfuerzo cofrade, esfuerzo institucional e impacto económico de la participación. En primer lugar, entendemos por **esfuerzo cofrade** la voluntad organizativa y de financiación de las hermandades y cofradías de la Semana Santa de Valladolid, que de una manera prolongada en la historia han hecho pervivir y valorizar este evento de naturaleza originariamente religiosa y corporativa, pero de gran impronta cultural acumulada, tanto material como inmaterial, a lo largo de varias centurias. El papel de estas iniciativas y organismos colectivos se basa lógicamente en la voluntad corporativa individual de los cofrades, que son la base de sostenimiento, tanto financiero, como de colaboración

organizativa, cooperación caritativa, así como del mantenimiento de la tradición cultural inmaterial y la custodia del patrimonio artístico religioso. A ello se une el papel del consejo comunal de hermandades representado en la actualidad por la Junta de Cofradías.

Gráfico 1: Semana Santa de Valladolid: un bien cultural complejo



En segundo lugar, tenemos el **esfuerzo institucional**, básicamente del gobierno local, el Ayuntamiento de Valladolid, que cuida y fomenta uno de los eventos colectivos más importantes de la ciudad, a la vez que una seña de identidad de la imagen de marca de Valladolid. A ello se une la colaboración de otras entidades de gobierno, como la Diputación de Valladolid y la Junta de Castilla y León, así como otras instituciones públicas y privadas implicadas en alguno de los actos de la Semana Santa o en su mecenazgo. El papel de todas estas instituciones es creciente en los últimos años, debido a las externalidades, en el más amplio sentido de la palabra (impacto económico, reclamo turístico, fomento productivo, branding territorial, etc.) que un acontecimiento cultural y religioso como la Semana Santa de Valladolid procura en la actualidad. Sin embargo, aún prevalece en estos tiempos esta forma organizativa original, de provisión de un bien público en régimen de recurso común, sostenido y pervivido fundamentalmente por la iniciativa individual y de corporaciones colectivas de régimen privado.

Todo ello da lugar a la organización y celebración de un acontecimiento cultural complejo, que combina el sentimiento religioso, la celebración colectiva, la expresión artística

acumulada, la tradición en el protocolo y en la disposición de los eventos, la creación cultural y el espectáculo escénico en vivo. Todos estos valores que componen la Semana Santa, constituyen en sí mismo un factor de persuasión para la participación del público asistente, imprescindible para la configuración escénica, y del que son protagonistas, tanto los residentes de la ciudad de una manera notable o masiva, como también los visitantes, actuando por tanto como reclamo muy relevante de atracción turística.

De esta celebración compleja, intensiva y efímera en el tiempo, se deduce otro de los flujos económicos principales como es el **impacto de la participación**, cuyo monto económico no se limita al esfuerzo financiero organizativo, sino también al efecto inducido fundamentalmente por el gasto de residentes y, sobretodo, de visitantes a la ciudad esos días, así como el efecto multiplicador de todos estos flujos en el resto del sistema productivo local. Siendo éste uno de los elementos de análisis más sobresalientes y de interés, es decir, la estimación del impacto económico de la Semana Santa de Valladolid, también pueden deducirse otros estudios complementarios de interés, como son el examen de la estructura organizativa y la composición institucional del esfuerzo total, la exploración de los perfiles comportamentales de los distintos agentes involucrados (cofrades, residentes y visitantes), así como la valoración que realizan del acontecimiento cultural en distintas perspectivas, y su comparación con otros eventos turísticos de la ciudad.

1.2.2. Los Modelos de Impacto Económico

Los Estudios de Impacto Económico (EIE), también conocidos como “método de los efectos”, tratan de estimar la importancia económica de las artes y analizar los flujos de actividades e ingresos vinculados a la existencia de una determinada manifestación cultural (Martiniello y Minnon, 1990). Aunque su definición puede variar de unos casos a otros, el objetivo fundamental de estos estudios es medir los efectos derivados de la presencia o de la existencia de una actividad, organización u evento cultural sobre una determinada área geográfica y en un determinado periodo de tiempo (Greffé, 1990; Snowball, 2013). Se trata, en definitiva, de hacer aparecer los grandes flujos de rentas generadas por la actividad cultural sobre la economía local o regional (Devesa et al., 2012).

Sin embargo, el propósito de estos estudios no es únicamente la evaluación de los cambios producidos en la oferta y la demanda de las artes y la cultura, sino también el entendimiento de las estructuras e interdependencias de los diferentes sectores de la economía, el análisis de las repercusiones a largo plazo sobre el tejido local, o el estudio de las repercusiones generadas sobre el empleo (Devesa, 2006). Así mismo, la metodología utilizada - que implica normalmente el uso de encuestas- permite ahondar en otros aspectos y

repercusiones sociodemográficas, como las características, el comportamiento o la satisfacción de los agentes implicados, así como la estructura de financiación del evento cultural.

Los estudios de impacto económico se basan, en términos generales, en la definición y evaluación de tres tipos de impactos o efectos económicos (Seaman, 2003): los efectos directos, los efectos indirectos y los efectos inducidos.

Los **efectos directos** se corresponden con los gastos realizados por la actividad, institución o evento cultural en salarios, compras u otros conceptos, en el área geográfica de referencia y en un periodo de tiempo determinado. El análisis o evaluación de los efectos directos se realiza, normalmente, a través de los presupuestos de las instituciones involucradas o encuestas a los agentes implicados. En esta categoría, es necesario tener precaución en dos aspectos. Por una parte, se debe definir claramente el área geográfica de referencia y separar el gasto realizado dentro y fuera de la misma, para poder asignarlo correctamente al ámbito de estudio (Crompton, 2006). Por otra parte, se debe evitar la doble contabilización de ciertas partidas de gasto que podrían estar recogidas en distintos tipos de impactos y que sobredimensionarían los resultados (Lafuente Sánchez et al., 2017): gastos que pueden aparecer tanto en los presupuestos de la actividad o evento cultural, como en la encuesta de gasto de los asistentes, como por ejemplo entradas o productos de la institución (publicaciones, merchandising, etc.).

Los **efectos indirectos** son los gastos que realizan los espectadores o asistentes como consecuencia del consumo de un producto cultural; es decir, los gastos relacionados directamente con ese consumo, como entradas, restauración, alojamiento o transporte. La estimación de los efectos indirectos suele ser realizada a través de una **encuesta al público asistente**, en la que se pregunta al encuestado por los gastos realizados como consecuencia de la actividad cultural. Varias dificultades surgen en la evaluación de esta segunda categoría de efectos.

- ✓ Delimitación de la entrada neta de dinero en la zona de geográfica de referencia. Es el gasto que realizan las personas que se desplazan a esa zona para asistir a la actividad cultural, es decir, el gasto turístico. El gasto de los residentes locales es considerado, desde el punto de vista económico, no como una entrada de dinero que genera impacto en la zona, sino como una redistribución en la composición de la demanda (Seaman, 2003). Es decir, ese gasto no se perdería de no celebrarse la actividad o el evento (se gastaría en otros consumos), por lo que no es nuevo y no impacta. No obstante, si los espectadores locales realizan un gasto superior al habitual como consecuencia del evento o actividad, puede ser considerado como efecto directo

(Bowitz e Ibenholt, 2009; Crompton, 2006; Snowball, 2008). Lo podemos denominar *gasto ex novo*.

- ✓ Determinación del gasto realmente imputable a la actividad o evento cultural, ya que no siempre ésta es la única causa del desplazamiento. Por ello es necesario incluir una pregunta en el cuestionario sobre el motivo del desplazamiento, de manera que se pueda distinguir si la actividad cultural es el principal motivo de la visita, uno de los motivos o si no ha influido en la decisión de viaje. En función de la respuesta se asignará un determinado porcentaje del gasto (Devesa, 2006; Herrero Prieto et al., 2004; Stanley et al., 1998). Lo denominamos *gasto ad hoc* al evento.
- ✓ Asignación del gasto realizado únicamente en el área geográfica de referencia, puesto que solo el gasto en la zona impacta en la misma. Es el *gasto in situ*.
- ✓ Determinación del número de asistentes al evento o actividad cultural, es decir, cálculo de aforos. Es un elemento clave para no sobredimensionar el impacto económico, aunque muy complejo de medir en el caso de eventos abiertos y/o sin entrada (Crompton et al., 2001; Tyrrel e Ismail, 2005).
- ✓ Cálculo de personas distintas que asisten al evento, a través del conocimiento del número de veces que una misma persona asiste a un evento que dure varios días. El número de personas distintas (aforo total dividido entre asistencia media) será la base sobre la que calcular el impacto indirecto (multiplicando el gasto por persona por el número de individuos distintos) (Jago y Dwyer, 2006).

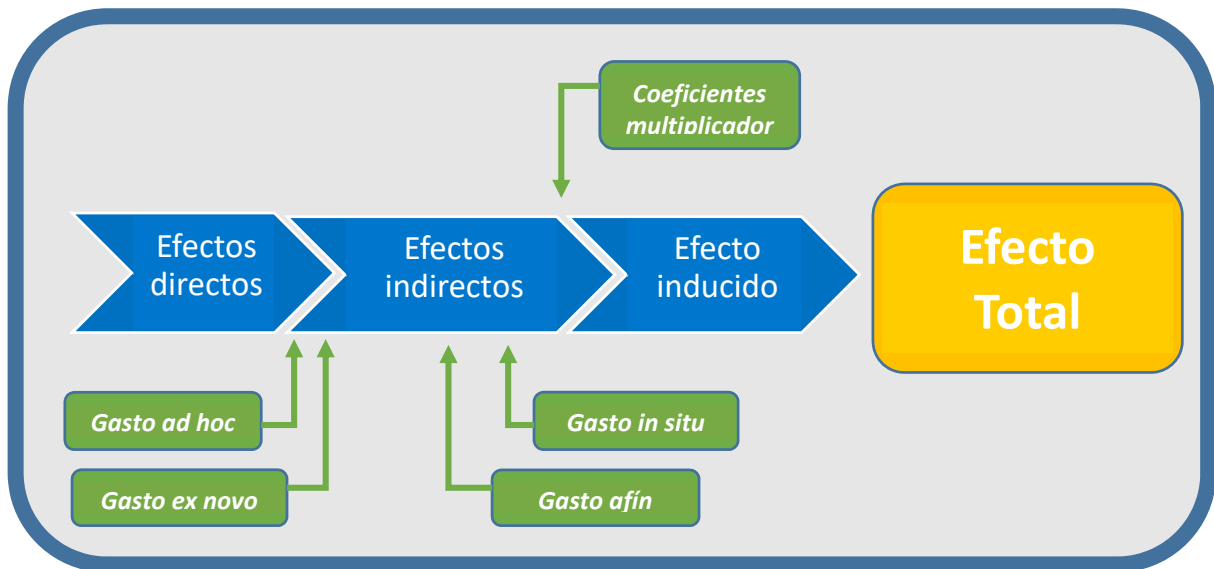
Los **efectos inducidos** son todos aquellos efectos susceptibles de intervenir de hecho en el proyecto y no contabilizados en las categorías anteriores. La definición, en este caso, varía de unos estudios a otros: algunos autores se centran en las repercusiones económicas del sector cultural en el resto de la economía local, regional o nacional (concepto de **multiplicador**), mientras que otros se centran en aspectos más cualitativos, como el aumento del capital humano de la sociedad, la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos o la satisfacción (Devesa, 2006).

En el caso de los efectos de arrastre medidos a través del concepto de multiplicador, el tipo de multiplicadores más utilizados en los estudios de impacto son los multiplicadores input-output, derivados de las Tablas Input Output (TIO) desarrolladas por Leontief en los años treinta del siglo pasado. Las TIO son un instrumento económico que permite fotografiar la estructura económica de una zona y mostrar las interrelaciones entre todos los agentes de la economía (Cuadrado y Arranz, 1996). Están formadas por tres grandes matrices, siendo la más sustantiva de ellas la matriz de consumos intermedios ya que en ella se desagrega la economía de una región en un determinado número de ramas de actividad (actividades homogéneas) y se

muestran las relaciones de compra-venta (relaciones intersectoriales) entre estas ramas o sectores (Muñoz Ciudad, 2000; Pulido y Fontela, 1993).

Operando la Matriz de Consumos Intermedios y definiendo los coeficientes técnicos, elemento fundamental del análisis de Leontief, se llega a la Matriz Inversa de Leontief, formada por elementos α_{ij} que miden el esfuerzo productivo total que debe realizar la rama i si desea satisfacer un aumento unitario en la demanda final de los productos de la rama j . La suma de los elementos de cada columna son los multiplicadores sectoriales. Cada multiplicador sectorial (m_j) expresa cuánto tendrá que incrementarse la producción global del sistema productivo para satisfacer un aumento de una unidad en la demanda final de productos de la rama j ; es decir, en qué medida j difunde (arrastra) su propia demanda final a lo largo del sistema productivo (Pulido y Fontela, 1993) (Gráfico 2).

Gráfico 2: Modelos de impacto económico: flujos y acotaciones



Los modelos de impacto económico han constituido una metodología profusamente aplicada a numerosos casos de festivales y eventos culturales y deportivos (BOP Consulting, 2023; Huang et al., 2014; Edwards et al., 2014), pero también a festividades religiosas y turismo de peregrinaje (Barajas et al., 2014; Saayman et al., 2014). También hay un elenco importante de casos comparados, aunque con metodologías diversas, de estimación del impacto económico de la Semana Santa en España, concretamente las de Palencia (Lafuente et al., 2017), Sevilla (Palma et al., 2014), Córdoba (Analistas económicos de Andalucía, 2009), Málaga (Cátedra de Estudios Cofrades, 2018) y Lorca (Colegio de Economistas de la Región de Murcia, 2021). Así mismo, se ha publicado recientemente un estudio sobre la Semana Santa en Braga, Portugal (Cerejeira et al., 2021).

1.3. Ficha técnica del trabajo de campo

Para realizar el estudio del impacto económico de la Semana Santa de Valladolid se efectuaron cuatro encuestas diferentes: 1) A las cofradías de Valladolid; 2) A los miembros de las cofradías de Valladolid (cofrades); 3) A los residentes en Valladolid; y 4) A los visitantes a la ciudad de Valladolid durante la Semana Santa.

La **Encuesta a Cofradías** de Valladolid se entregó en cada una de las sedes de las veinte Cofradías el 29 de marzo de 2023 en papel. También se facilitó el cuestionario a través de un correo electrónico en formato electrónico. Se dio de plazo para cumplimentarla hasta el 30 de abril de 2023. Un total de 18 cofradías han cumplimentado la encuesta.

La **Encuesta a Cofrades** se repartió en papel junto con la encuesta a las Cofradías en sus diferentes sedes y éstas se la hicieron llegar a sus cofrades. Así mismo, se hizo una versión de la encuesta en Google Forms y se facilitó el enlace al formulario virtual a todas las Cofradías que también la hicieron llegar a sus miembros. En ambos formatos se dio de plazo para cumplimentar la encuesta y remitirla hasta el 30 de abril de 2023. El número total de encuestas válidas recogidas en ambos formatos fue de 1.032, lo que, en las condiciones habituales de muestreo de suponer que $p = q = 0,5$ (siendo p la probabilidad de éxito y q la probabilidad de fracaso) y un nivel de confianza del 95% arroja un error muestral del $\pm 3,05\%$.

Para las encuestas a residentes y a visitantes (**Encuesta de Participación**) se contó con la colaboración de un grupo de encuestadores. El trabajo de campo se realizó desde el Viernes de Dolores (31 de marzo de 2023) hasta el Domingo de Resurrección (9 de abril de 2023). Las encuestas se realizaron en las 38 procesiones de la Semana Santa de Valladolid y por la ciudad de Valladolid en lugares turísticos de la misma. El número de encuestas válidas recogidas de residentes asciende a la cantidad de 981, lo que con las mismas suposiciones anteriores nos da un error muestral del $\pm 3,13\%$, mientras que en el caso de los visitantes ascendió a 563 siendo el error muestral del $\pm 4,13\%$.

Además de las encuestas, se diseñó una serie de cuestionarios dirigidos a los agentes que intervienen en la organización de la Semana Santa. Los cuestionarios elaborados fueron dos, uno destinado a obtener los gastos de la Junta de Cofradías de Semana Santa de Valladolid y otro encaminado a conseguir los gastos del Ayuntamiento de Valladolid para la celebración de la Semana Santa, cuyos datos se recopilaron hasta septiembre de 2023. Del mismo modo se contó con la colaboración de la Policía municipal para el cómputo de aforos y de la Dirección General de Turismo de la Junta de Castilla y León para los datos de ocupación hotelera en Semana Santa.

2. ANÁLISIS DE IMPACTO ECONÓMICO

El *objetivo* de esta parte del estudio es estimar el impacto de la celebración de la Semana Santa de Valladolid sobre la economía local y regional en términos de actividad económica.

Para ello, se aplica la *metodología* de los Estudios de Impacto Económico basada, en términos generales, en la definición y medición de tres tipos de efectos o impactos, que son adaptados al caso de estudio concreto. De manera resumida, estos serían:

- ✓ Efectos directos: gasto de las instituciones encargadas de la organización de la Semana Santa, o agentes productores del evento.
- ✓ Efectos indirectos: gastos asociados a la asistencia a las procesiones de Semana Santa de la ciudad, fundamentalmente turística, pero también de cofrades y ciudadanos de Valladolid.
- ✓ Efectos inducidos: efectos de arrastre de los gastos anteriores sobre el tejido productivo local, o efecto multiplicador.

El *área de referencia* del estudio de impacto es la ciudad de Valladolid, y el año de estudio 2023. La celebración de la Semana Santa en 2023 tuvo una duración de 10 días: desde el viernes 31 de marzo (Viernes de Dolores) hasta el domingo 9 de abril (Domingo de Resurrección). Para analizar el impacto de la celebración, se sigue el esquema de los impactos generados, detallándose en cada caso las precisiones metodológicas necesarias que se exponen a continuación y posteriormente presentando los principales resultados.

2.1. Precisiones metodológicas

En el análisis del gasto directo, se han realizado una serie de consideraciones:

- ✓ Se han utilizado los datos proporcionados por los distintos agentes implicados a través de sus presupuestos (Junta de Cofradías) o de encuestas realizadas (Cofradías, cofrades activos y Ayuntamiento de Valladolid).
- ✓ Se sigue el criterio de estimación del impacto a partir del cómputo del gasto final de los distintos agentes e instituciones involucradas, evitándose así la doble contabilización de flujos: ingresos cruzados, transferencias y subvenciones.
- ✓ Se sigue el criterio de selección exclusiva de gasto *ex novo* y gasto *ad hoc* (o afín) al evento de la Semana Santa, así como el gasto consignado que se ejecuta -según los propios agentes- en la ciudad de Valladolid, o gasto *in situ*. Se homogeneizan los presupuestos e inventarios de gastos de las instituciones involucradas al año 2023, año de referencia del estudio.

- ✓ En el caso de los cofrades, se ha tenido en cuenta el gasto relacionado con su participación en los desfiles procesionales (cofrades activos). Este gasto (adquisición del hábito, limpieza y reparación del hábito, y complementos del hábito) se calcula a través de la encuesta a los cofrades y el número de cofrades activos obtiene a través de la encuesta a las cofradías.

En el análisis del gasto indirecto, se han realizado las siguientes precisiones metodológicas:

- ✓ Se sigue el criterio de evaluación del impacto a partir del cómputo del gasto extraordinario y no sustitutivo en bienes y servicios (gasto *ex novo*), asociado al evento (gasto *ad hoc*) y realizado en la zona de referencia, es decir, en Valladolid (gasto *in situ*).
- ✓ Los componentes del gasto indirecto son tres: en primer lugar, los visitantes de Valladolid filtrados por el grado de afinidad en la motivación del viaje; en segundo lugar, los residentes locales, siempre que su gasto sea extraordinario y no sustitutivo; en tercer lugar, los cofrades que participan como público siempre que sea un gasto extraordinario que se pueda considerar, como en el caso anterior, una entrada neta de dinero.
- ✓ El cálculo del gasto indirecto se basa en la premisa general de multiplicar el gasto medio por persona por el número de personas distintas que participan en las procesiones de Semana Santa, matizado por el tipo de asistente (visitantes, locales y cofrades como público), por la motivación o afinidad al evento y por la excepcionalidad del mismo. Para ello es necesario conocer: i) el número total de asistentes a las procesiones (aforo total); ii) el número medio de procesiones vistas (por tipología de asistente); iii) el número de personas distintas (aforo total / número medio de procesiones) (por tipología de asistentes); iv) el gasto medio de cada tipología de asistente (visitantes -turistas, viajeros y excursionistas-, locales, cofrades como público); v) el número de días y noches de estancia en Valladolid en el caso de los visitantes.
- ✓ Para el cómputo del grado de participación, fuente fundamental del cálculo del impacto económico indirecto, es necesario estimar el número de personas distintas que asisten a las procesiones de Semana santa, sobre la base de una estimación de aforos en espacios urbanos abiertos. Los aforos por procesión y la asistencia total se han estimado a partir de datos de la Policía Local y observación directa. La participación efectiva de cofrades espectadores y de asistentes locales se estima a partir de la encuesta de participación realizada sobre la muestra completa de eventos

programados en la Semana Santa. La participación de los visitantes se estima a partir de los datos de ocupación hotelera proporcionados por la Dirección General de Turismo de la Junta de Castilla y León y de la encuesta a visitantes realizada en el estudio.

- ✓ La transformación de asistentes en personas diferentes se realiza a partir del número medio de procesiones vistas por tipologías de asistentes (visitantes, locales y cofrades) público declarado en las correspondientes encuestas.
- ✓ Así mismo, los datos de gasto medio, motivación (afinidad al evento) en el caso de los visitantes, y de excepcionalidad del gasto (en el caso de los residentes y cofrades) se obtiene de las encuestas realizadas a estos colectivos. Los gastos de cofrades como público y de residentes en la Semana Santa se refieren eminentemente a consumos extraordinarios en restauración (comida y bebida), transportes en la ciudad y compras; en el gasto de los visitantes se incorporan partidas de alojamiento, transporte y aparcamiento en la ciudad, y otras compras (como entradas a monumentos).

En el análisis de los gastos inducidos se han realizado varias consideraciones metodológicas:

- ✓ Se han utilizado los multiplicadores sectoriales derivados de las Tablas Input Output de Castilla y León de 2016, últimas disponibles. Las TIO-CyL 2016 se basan en el Sistema Europeo de Cuentas Nacionales y Regionales (SEC 2010) vigente desde 2014 e incorporan la Clasificación Nacional de Actividades 2009 (CNAE 2009). Están divididas en 82 productos/ramas de actividad¹.
- ✓ Se han utilizado los multiplicadores de las ramas/productos más cercanos conceptualmente al tipo de gasto directo e indirecto realizado. En concreto, 23 multiplicadores sectoriales diferentes -en función del tipo de gasto específico- pertenecientes a los sectores de servicios, suministros y algunas actividades industriales (ver Cuadro 4).
- ✓ Los multiplicadores utilizados son regionales, no específicos de la ciudad de Valladolid (ya que no existen), lo que implica suponer una estructura económica media similar en ambos casos (local y regional).
- ✓ El efecto medido por los multiplicadores input-output de Castilla y León es el efecto total, no pudiéndose distinguir entre los efectos de arrastre internos (los que se quedan en la propia Comunidad Autónoma) y los externos (el efecto sobre el resto de

¹ Las Tablas Input-Output de Castilla y León y los multiplicadores derivados están disponibles en la siguiente dirección web: <https://estadistica.jcyl.es/web/es/estadisticas-temas/marco-input-output.html>

la economía nacional o incluso lo que afecta al exterior). Eso significa que el impacto sobre la ciudad de Valladolid es ligeramente inferior al calculado (una parte se va fuera del territorio) pero es imposible ajustarlo de una manera más precisa.

Cuadro 4: Detalle de los multiplicadores utilizados por ramas de actividad

Nº	Rama/producto	Multiplicador
22	Artes gráficas y reproducción de soportes grabados	1,709723
35	Fabricación de muebles y otras industrias manufactureras	1,961983
37	Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	1,914579
38	Captación, depuración y distribución de agua	1,913817
40	Construcción de edificios	2,375032
45	Comercio al por menor	1,653818
46	Transporte terrestre y por tubería	1,964141
49	Actividades postales y de correos	1,631310
50	Servicios de alojamiento	1,612586
51	Servicios de comidas y bebidas	1,838998
52	Edición	2,016364
54	Telecomunicaciones	1,784777
56	Servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones	1,653869
57	Seguros, reaseguros y fondos de pensiones, excepto Seguridad Social obligatoria	2,061035
59	Actividades inmobiliarias	1,514521
60	Actividades jurídicas y de contabilidad; actividades de las sedes centrales; actividades de consultoría de gestión empresarial	1,493529
63	Publicidad y estudios de mercado	1,581635
66	Actividades de alquiler	1,842039
69	Actividades de seguridad e investigación	1,356281
70	Servicios a edificios y actividades de jardinería	1,320128
72	Administración pública y defensa; seguridad social obligatoria	1,353969
78	Actividades de servicios sociales de no mercado	1,884763
79	Actividades de creación, artísticas y espectáculos; actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales; actividades de juegos de azar y apuestas; Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento; Actividades asociativas	1,325061

Fuente: Tablas Input-Output de Castilla y León de 2016

2.2. Análisis del gasto directo y cómputo de efecto directo

Los **efectos directos** son gastos realizados por la organización del evento, que básicamente concretamos en las procesiones de Semana Santa, y que implican tanto a la institución responsable principal como a las personas, instituciones y administraciones

involucradas en el mismo. Dicho de otra manera, los gastos realizados por los sujetos activos o productores del evento religioso y cultural que supone la Semana Santa de Valladolid.

En concreto, las instituciones responsables e implicadas en la Semana Santa son, por un lado, la Junta de Cofradías y las propias Cofradías de la ciudad. A ellas debemos añadir los cofrades activos, es decir, aquellos hermanos que participan en los desfiles procesionales y que forman parte del evento. El gasto vinculado a su participación en la Semana Santa (como por ejemplo la compra o limpieza del hábito) forma parte de esta categoría de impacto.

Por otro lado, estarían las administraciones públicas que financian y/o apoyan la celebración de la Semana Santa; es decir, Junta de Castilla y León, Diputación Provincial de Valladolid y Ayuntamiento de Valladolid. Sin embargo, una parte del apoyo de las administraciones públicas son subvenciones a la Junta de Cofradías. Tanto la Junta de Castilla y León como la Diputación Provincial, dan subvenciones directas para la organización de la Semana Santa. Esas ayudas se contabilizan en este estudio en la propia Junta de Cofradías (a través de su gasto) por lo que, en la práctica, y para evitar un problema de doble contabilización, no las tenemos en cuenta directamente. Sí se analiza el gasto que el Ayuntamiento de Valladolid realiza de manera específica -a través de servicios como mantenimiento, transportes o policía local- para la organización y seguridad de este evento religioso cultural.

En definitiva, nuestro esquema de gastos o efectos directos es el siguiente:

- ✓ Ayuntamiento de Valladolid
- ✓ Junta de Cofradías
- ✓ Cofradías
- ✓ Cofrades activos

2.2.1. Esfuerzo institucional

El Ayuntamiento de Valladolid realiza tanto un gasto directo en la organización de la Semana Santa (instalación de gradas, promoción turística...) como un desembolso por servicios asociados a la celebración, como limpieza, policía local o servicios extraordinarios de protección civil (Cuadro 5). Según los datos recabados, el apoyo directo asciende a 139.962,34 euros (el 37,11%) y el gasto en servicios a 237.214,56 euros (el 62,89% restante). Un gasto total de 377.176,90 euros.

Cuadro 5: Gasto del Ayuntamiento de Valladolid

Concepto	Euros	%
Apoyo directo a la celebración y realización de la Semana Santa	139.962,34	37,11
Gasto imputado por servicios municipales asociados a la Semana Santa	237.214,56	62,89
Total	377.176,90	100,00

2.2.2. Esfuerzo Cofrade-Junta de Cofradías Análisis del gasto

La Junta de Cofradías (Cuadro 6) generó un gasto directo de 195.983 euros, siendo la mayor partida la de la propia organización de los desfiles profesionales: la suma de los actos y actividades de Semana Santa y del personal (contratado esos días para la organización de las procesiones) supone el 37,22%. Las actividades sociales y culturales suponen el 18,52% y los gastos corrientes el 21,33% del total.

Cuadro 6: Gasto de la Junta de Cofradías

Concepto	Euros	%
Actos y actividades de Semana Santa	72.941,80	37,22
Actividades sociales y culturales	36.287,19	18,52
Publicaciones y difusión	16.232,96	8,28
Gastos corrientes	41.795,17	21,33
Personal	12.006,10	6,13
Otros	16.719,78	8,53
Total	195.983,00	100,00

2.2.3. Esfuerzo Cofrade-Cofradías. Análisis del gasto

En el caso de las cofradías (Cuadro 7), a partir de la encuesta recabada, su mayor gasto es también el de la organización de la Semana Santa (gastos en bienes procesionales y gastos procesionales y de culto): el 32,21% de los 442.822,65 euros totales. Los gastos corrientes suponen el 21,90% del gasto, pero encontramos en ellos el gasto en carteles y publicaciones, que pueden ser considerados también como actividades propiamente de la organización del evento.

Cuadro 7: Gasto de las Cofradías

Concepto	Euros	%
Inmuebles	91.262,54	20,61
Mobiliario	25.508,00	5,76
Bienes procesionales	35.783,00	8,08
Gastos procesionales y de culto	142.621,00	32,21
Gastos corrientes	96.979,13	21,90
Acción social	28.063,78	6,34
Otros gastos	22.605,20	5,10
Total	442.822,65	100,00

2.2.4. Esfuerzo Cofrade- Cofrades. Análisis del gasto

Finalmente, los cofrades, actores fundamentales de la Semana Santa por su implicación en la organización de esta y su participación en los desfiles procesionales, hacen el mayor gasto: un total de 469.082,25 euros (Cuadro 8). Es decir, los 6.525 cofrades activos gastaron en 2023 una media de 71,89 euros en prepararse para su participación en las procesiones y actos religiosos. Así, los gastos privados como la puesta al día del hábito (preparación, limpieza y complementos) supone el 54,07% del desembolso y la compra de nuevo equipamiento, tanto masculino como femenino, supone el 45,93% restante.

Cuadro 8: Gasto de los Cofrades Activos

Concepto	Euros	%
Compra de hábito	155.034,00	33,05
Compra de mantilla	60.421,50	12,88
Preparación y limpieza del hábito	158.035,50	33,69
Complementos del hábito	95.591,25	20,38
Total	469.082,25	100,00

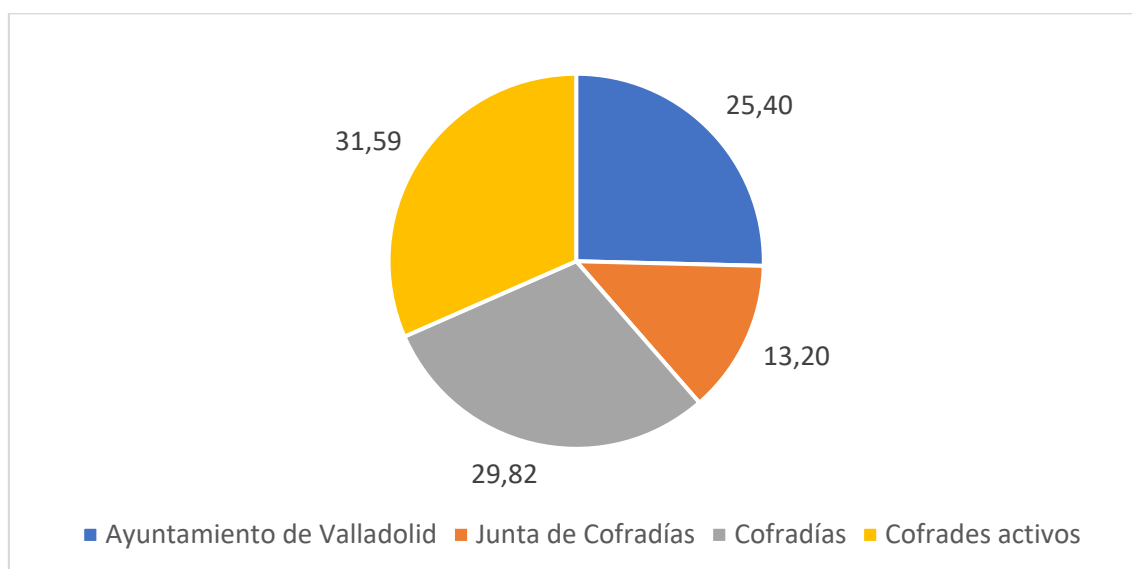
2.2.5. Cómputo y estructura del efecto directo

En definitiva, el impacto directo de la celebración de la Semana Santa de Valladolid asciende a 1.485.064,80 euros, repartidos de manera resumida como se recoge en el Cuadro 9 y Gráfico 3.

Cuadro 9: Impacto directo total

Agente	Euros	%
Ayuntamiento de Valladolid	377.176,90	25,40
Junta de Cofradías	195.983,00	13,20
Cofradías	442.822,65	29,82
Cofrades activos	469.082,25	31,59
Total	1.485.064,80	100,00

Gráfico 3: Distribución de los efectos directos de los diferentes agentes en porcentaje



Finalmente, si analizamos la participación de las instituciones públicas (gasto del Ayuntamiento de Valladolid y ayudas y subvenciones de otras administraciones como Diputación de Valladolid y Junta de Castilla y León a la Junta de Cofradías), esta supone el 35% del gasto. En el otro lado de la balanza, los individuos privados (Cofrades) y las entidades colectivas implicadas en la organización de la Semana Santa (Cofradías y Junta de Cofradías) generan el 65% de los efectos directos. Dicho de otro modo, de cada 10 euros invertidos en la organización de la Semana Santa vallisoletana, 3,5 son de fomento público, y 6,5 representa el esfuerzo cofrade.

2.3. Análisis del gasto indirecto y cómputo de efecto indirecto

Los **efectos indirectos** son los gastos realizados en la ciudad por los asistentes a las procesiones de Semana Santa de Valladolid, siempre que ese gasto suponga una entrada neta de dinero. Así, los componentes del gasto indirecto son tres. Por una parte, los gastos que los visitantes realizan durante su estancia en Valladolid, filtrados siempre por el grado de afinidad al evento (*gasto ad hoc*). Por otra parte, los gastos que los residentes locales realizan de manera excepcional (*gasto ex novo*) como consecuencia de su participación en el evento. Se trata de gasto que no es sustitutivo y que se perdería si no se celebrase la Semana Santa, por lo que es necesario considerar su impacto. Finalmente, el gasto extraordinario de los cofrades que asisten a las procesiones de Semana Santa como público.

En el caso de los visitantes, se desglosan a su vez en tres tipos distintos para precisar su gasto: turistas propiamente dichos, que son aquellos que pagan por su estancia (pernoctan en alojamientos de pago); turistas que no pagan por su estancia y a los que denotaremos como viajeros (pernoctan en vivienda propia, de familiares, etc.); y visitantes que no pernoctan en Valladolid, a los que llamaremos excursionistas.

En definitiva, el esquema de gastos indirectos es el siguiente:

- ✓ Visitantes (turistas, viajeros y excursionistas)
- ✓ Cofrades que participan como público en las procesiones (cofrades como público)
- ✓ Residentes locales

Antes de analizar el gasto de los tres agentes indirectos, es necesario conocer el número de asistentes (aforo) y de personas distintas para cada tipología de asistente. Así, las procesiones de Semana Santa congregaron en 2023 a un total de 661.263 asistentes en los 10 días de duración del evento como se recoge en el Cuadro 10.

Cuadro 10: Cálculo de aforos

Día	Procesión	Aforo
Viernes Pasión	de Procesión de Perdón y Esperanza	12.624
	Vía Crucis de la Exaltación de la Cruz y Ntra. Sra. de Los Dolores	4.708
Sábado Pasión	de Procesión de la Hermandad del Santo Cristo de Los Artilleros	20.650
	Procesión del Ejercicio Público de las Cinco Llagas	14.810
Domingo Ramos	de Procesión de las Palmas	25.164
	Procesión de Amor y Misericordia del Stmo. Cristo de Medinaceli	19.884
	Procesión del Stmo. Cristo de Los Trabajos	10.080
Lunes Santo	Procesión del Stmo. Rosario del Dolor	17.568
	Procesión de la Buena Muerte	12.108

Martes Santo	Procesión del Encuentro de la Stma. Virgen con su Hijo en la Calle de la Amargura	24.977
	Procesión de la Peregrinación de la Promesa	18.540
Miércoles Santo	Vía Crucis Procesional	15.276
	Procesión del Stmo. Cristo de las Mercedes	15.372
	Procesión del Arrepentimiento	15.348
	Procesión de la Piedad	18.010
	Procesión de la Peregrinación del Consuelo	8.046
Jueves Santo	Procesión del Stmo. Cristo de la Luz	16.912
	Procesión del Stmo. Cristo de la Preciosísima Sangre y María Stma. de la Caridad	20.220
	Procesión de Penitencia y Caridad	25.440
	Procesión de la Exaltación de la Luz de Cristo	30.054
	Procesión la Amargura en El Monte Calvario	17.608
	Procesión de la Sagrada Cena	25.620
	Procesión de Humildad y Penitencia	18.104
	Procesión de Cristo en Getsemaní	18.786
	Estación Eucarística en la S.I.M. Catedral de la Cofradía de Ntro. Padre Jesús Resucitado, María Stma. de la Alegría y las Lágrimas de San Pedro	14.504
	Procesión de Oración y Sacrificio	17.770
	Procesión del Stmo. Cristo despojado, Cristo Camino del Calvario y Ntra. Sra. de la Amargura	16.850
	Procesión de la Peregrinación del Silencio	17.500
	Procesión de Regla de la Cofradía Penitencial de la Santa Vera-Cruz	16.404
Procesión del "Verum Corpus"	16.560	
Procesión Titular de la Cofradía El descendimiento y Santo Cristo de la Buena Muerte "Cristo Al Humilladero"	12.288	
Viernes Santo	Procesión de Regla de la Ilustre Cofradía Penitencial de Ntra. Sra. de las Angustias – Sacrificio y Penitencia	11.710
	Procesión del Vía-Crucis	9.200
	Procesión General de la Sagrada Pasión del Redentor	46.680
Sábado Santo	Procesión de la Soledad	8.580
	Ofrecimiento de los Dolores de Valladolid a la Stma. Virgen	5.912
	Santo Entierro de Cristo	3.396
Domingo de Resurrección	Procesión del Encuentro de Jesús Resucitado con la Virgen de la Alegría	38.000
Total		661.263

Según los cálculos realizados a partir del cruce de datos de las encuestas realizadas a visitantes, residentes y cofrades y del número de visitantes inferido de la información de ocupación hotelera de la ciudad, obtenemos la siguiente desagregación del aforo total (Cuadro 11):

Cuadro 11: Distribución del número de asistentes, número medio de procesiones vistas y número de personas distintas en cada grupo

Grupo	Número de asistentes (asistencia)	Número de procesiones vistas (media)	Número de personas distintas
Visitantes	99.157	4,60	21.537
Cofrades	54.353	8,33	6.525
Residentes	507.753	8,56	59.283
Total	661.263	7,11	87.345

A partir de esos datos, y usando el gasto medio por tipología de asistente, podemos obtener ya el gasto total de cada grupo y el efecto indirecto total. Debemos recordar que el gasto de los visitantes solo tiene en cuenta el gasto realmente asociado a la Semana Santa (se pregunta en la encuesta por la motivación del viaje y se discrimina en función de la respuesta). Asimismo, en el gasto de los residentes solo se tiene en cuenta el gasto extraordinario. Y en el caso de los cofrades solo se tiene en cuenta el gasto extraordinario vinculado a la asistencia a las procesiones.

2.3.1. Gasto visitantes: análisis

El número de visitantes por tipología, que se ha inferido –como se ha señalado anteriormente–, del cruce de datos de la ocupación hotelera y de la encuesta realizada en el trabajo de campo, nos arroja la situación que se recoge en el Cuadro 12.

Cuadro 12: Visitantes por tipología

Tipo de visitante	Porcentaje	Visitantes	Visitantes que vieron procesiones
Turistas	51,69	12.242	11.133
Viajeros	27,71	6.563	5.968
Excursionistas	20,60	4.879	4.436
Total	100,00	23.683	21.537

Así, un total de 21.537 visitantes participaron en las procesiones de Semana Santa de Valladolid, aunque no todos viajaron a la ciudad con la misma motivación. De hecho, para el 24,16%, las procesiones de la Semana Santa de Valladolid fueron el motivo principal de la visita, por lo que se les considera el 100% del gasto; para un 43,16% las procesiones de la Semana Santa de Valladolid fueron uno de los motivos de la visita, por lo que se tiene en cuenta solo el

50% del gasto; y para el 32,68% restante la Semana Santa de Valladolid no tuvo nada que ver con el viaje (aunque acabaran viendo alguna procesión), por lo que su gasto no se considera.

A partir de ahí, operando el gasto medio diario por el número medio de días y noches, detallado por tipología de visitantes y matizado por la motivación o afinidad al evento, obtenemos los siguientes resultados (Cuadro 13).

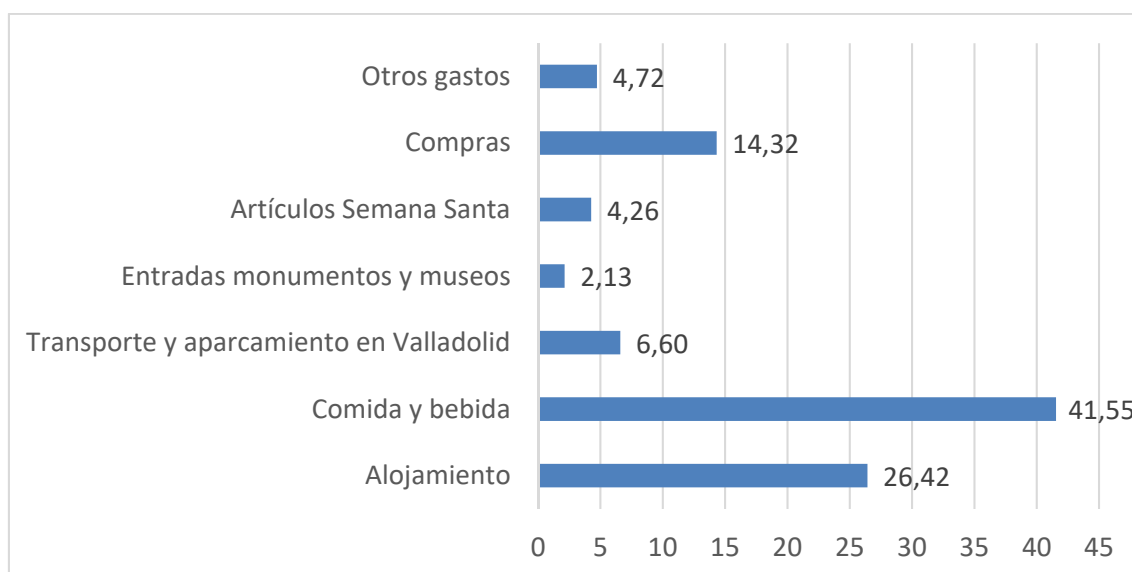
Cuadro 13: Gasto en euros de los visitantes por concepto y tipología

Concepto	Turistas	Viajeros	Excursionistas	Total
Alojamiento	1.958.694,36	0,00	0,00	1.958.694,36
Comida y bebida	1.908.270,17	939.954,84	231.882,69	3.080.107,70
Transporte y aparcamiento en Valladolid	290.967,67	149.861,81	48.197,92	489.027,40
Entradas monumentos y museos	125.462,11	29.661,08	2.624,74	157.747,93
Artículos Semana Santa	197.884,99	101.630,97	16.338,92	315.854,88
Compras	602.153,76	404.015,93	55.751,19	1.061.920,88
Otros gastos	200.774,21	140.018,45	9.122,87	349.915,53
Total	5.284.207,27	1.765.143,08	363.918,33	7.413.268,68

Los visitantes generaron un impacto total de 7.413.268,68 de euros, siendo el más importante el de los turistas que pernoctan en alojamiento de pago (5.284.207,27 euros) seguido del de los viajeros que pernoctan en alojamiento de no pago (1.765.143,08 euros). El gasto de los excursionistas ascendió a 363.918,33 euros.

Por partidas de gasto, observamos que la más importante es la de la restauración (41,55%) seguida del alojamiento (26,42%) y, en tercer lugar, las compras (14,32%) (Gráfico 4).

Gráfico 4: Distribución del gasto de los visitantes por partida en porcentaje



2.3.2. Gasto cofrades: análisis

Los cofrades, además de ser una parte activa de la Semana Santa al participar en los desfiles procesionales, también actúan en determinadas ocasiones como público de las procesiones (cofrades como público).

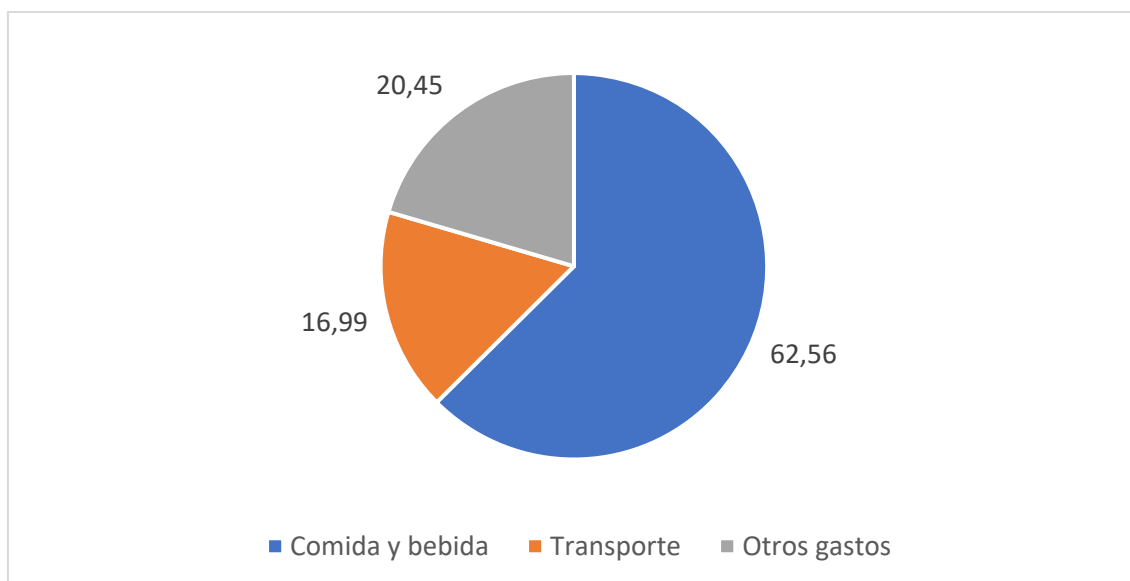
Conociendo el número de cofrades (encuesta de cofradías) y su participación como público y gasto medio (encuesta de cofrades) se puede calcular el impacto indirecto que generan. Así, el gasto de los cofrades como espectadores alcanza el valor de 1.053.657,00 euros como se recoge en el Cuadro 14.

Cuadro 14: Gastos medios y totales en euros de los cofrades como espectadores por persona y por concepto

Concepto	Importe medio	Importe total
Comida y bebida	101,02	659.155,50
Transporte	27,43	178.980,75
Otros gastos	33,03	215.520,75
Total		1.053.657,00

En el Gráfico 5 se puede apreciar que la partida más importante, como en el caso de los visitantes, es la de restauración, que supone el 62,56% del gasto total.

Gráfico 5: Distribución del gasto de los cofrades como público por partidas en porcentaje



2.3.3. Gasto residentes: análisis

Tal y como se ha señalado anteriormente, el gasto de los residentes solo puede ser considerado como una entrada neta de dinero que impacta en la economía local si es un gasto extraordinario que no se hubiese producido de no celebrarse el evento. Por ello, en la encuesta a los locales se realizaron dos preguntas de filtro que permiten determinar el gasto *ex novo*.

Por una parte, se preguntó a los residentes locales por su motivo para permanecer en Valladolid durante la Semana Santa. Las posibles respuestas fueron las siguientes, con la asignación de gasto correspondiente: i) Las procesiones de la Semana Santa de Valladolid son el motivo principal para permanecer en Valladolid en estas fechas (se considera el 100% del gasto); ii) Las procesiones de la Semana Santa de Valladolid son uno de los motivos para permanecer en Valladolid en estas fechas (50% del gasto); iii) Las procesiones de la Semana Santa de Valladolid no tienen nada que ver con la permanencia en Valladolid en estas fechas (0% del gasto).

Por otra parte, se les preguntó por la influencia de la Semana Santa en sus gastos de consumo, dándoles a elegir entre dos opciones: a) La Semana Santa no influye en mis gastos (no se tiene en cuenta el gasto) y b) La Semana Santa aumenta mis gastos (se tiene en cuenta el gasto).

Combinando ambos conceptos, y conociendo el número de espectadores locales distintos, se puede calcular el gasto por partidas y el gasto total que impacta en la ciudad. Los resultados se muestran en el Cuadro 15.

Cuadro 15: Gasto total de los residentes en euros por concepto y porcentaje sobre el total

Concepto	Gasto total	%
Comer y beber fuera	1.289.200,93	60,49
Transporte y alojamiento	99.368,01	4,66
Artículos Semana Santa	148.850,53	6,98
Compras	256.168,76	12,02
Donativos y limosnas	209.093,57	9,81
Otros gastos	128.428,56	6,03
Total	2.131.110,36	100,00

Como puede observarse, el gasto total de los residentes en Valladolid fue de 2.131.110,36 euros, siendo de nuevo la partida más importante la de la restauración fuera de casa (60,49%). Le siguen en importancia las compras, los donativos y limosnas y la compra de artículos de la Semana Santa (recuerdos, etc.).

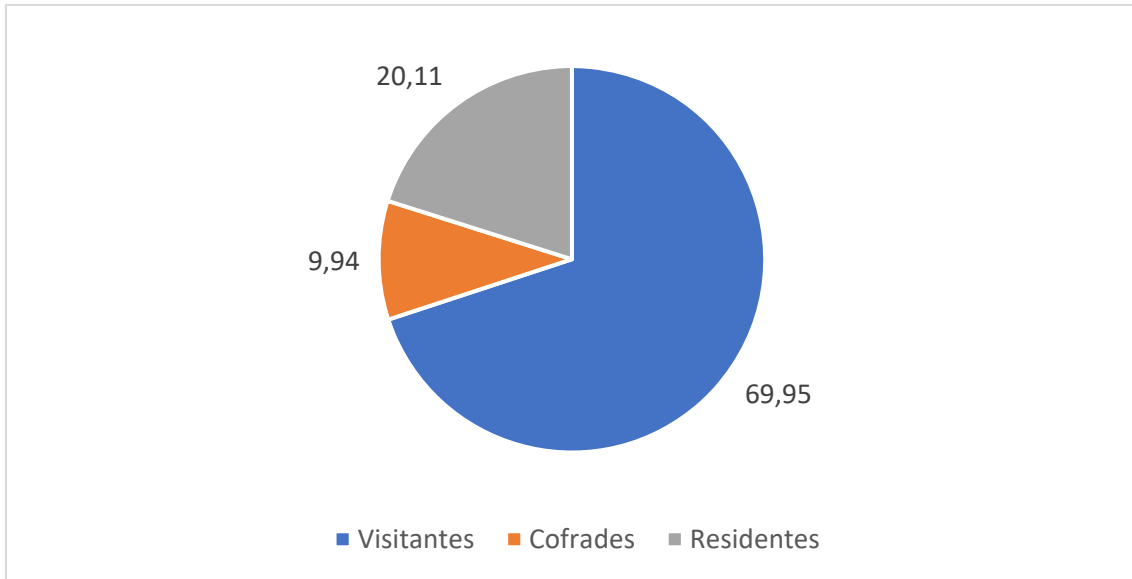
2.3.4. Cómputo y estructura del efecto indirecto

A modo de resumen el Cuadro 16 aglutina los importes del gasto para los tipos de espectadores considerados y el importe total. De esta manera, los efectos indirectos generados por todos los agentes implicados en la Semana Santa vallisoletana ascienden a la cantidad 10.598.036,04 euros, siendo el más importante los visitantes de fuera de la ciudad. En el Gráfico 6 se recoge que el porcentaje de gasto de los visitantes supone el 69,95% del importe total del efecto indirecto, aun cuando hay que mencionar la importancia relevante en el gasto indirecto protagonizado por los propios ciudadanos de Valladolid, bien cofrades o residentes, que alcanzan el 30,05% del impacto indirecto.

Cuadro 16: Impacto económico de la Semana Santa de Valladolid 2023, efectos indirectos

Tipo de espectador	Importe del gasto
Visitantes	7.413.268,68
Cofrades	1.053.657,00
Residentes	2.131.110,36
Total	10.598.036,04

Gráfico 6: Distribución porcentual de los gastos indirectos



2.4. Análisis del gasto inducido y cómputo de efecto inducido

Los **efectos inducidos** son los efectos secundarios producidos por los gastos anteriores –directos e indirectos– sobre el tejido productivo local; es decir, los efectos de arrastre de los gastos realizados por los organizadores y los participantes en la Semana Santa sobre otras actividades económicas. Así, una vez que entra una cantidad de dinero en forma de gasto directo e indirecto, éste arrastra a otros sectores de actividad económica de manera que el efecto total es mayor que la entrada de dinero inicial. Es el denominado efecto multiplicador que se calcula, normalmente, a través de los multiplicadores input-output.

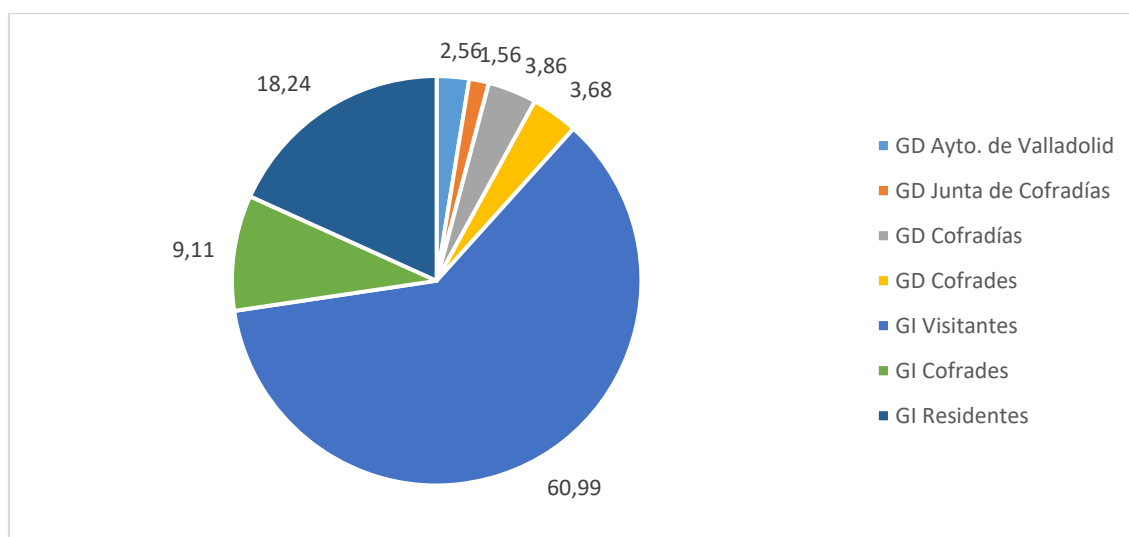
El Cuadro 17 permite apreciar los efectos directos e indirectos generados por la celebración de la Semana Santa de Valladolid, así como los multiplicadores sectoriales utilizados (detallados en el Cuadro 4), y el efecto total.

Cuadro 17: Gasto inducido total

Gastos	Euros	Multiplicadores sectoriales utilizados	Efecto total
Gasto directo	1.485.064,80		2.456.825,60
Ayuntamiento de Valladolid	377.176,90	22, 45, 63, 70, 72	538.703,20
Junta de Cofradías	195.983,00	37, 38, 45, 46,49, 52, 54, 56, 57, 59, 60, 63, 66, 69, 70, 72,79	328.450,22
Cofradías	442.822,65	35, 37, 40, 45, 52, 59, 69, 78, 79	813.895,51
Cofrades activos	469.082,25	45	775.776,67
Gasto indirecto	10.598.036,04		18.612.195,72
Gasto de los visitantes	7.413.268,68	45, 46, 50, 51, 79	12.849.706,35
Gasto de los cofrades como público	1.053.657,00	45, 46, 51	1.920.161,17
Gasto de los residentes	2.131.110,36	45, 46, 51, 78	3.842.328,20
Total (Directo + Indirecto)	12.083.100,84		21.069.021,32

Así, los 1,4 millones de euros de gastos directos generan un impacto total de 2,4 millones, y los 10,6 millones de gastos indirectos, un total de 18,6 millones de euros. Es decir, hay una entrada neta de dinero de 12 millones de euros en la ciudad como consecuencia de la celebración y disfrute de la Semana Santa que se transforma, a través de los efectos de arrastre, en 21 millones de impacto total. El Gráfico 7 muestra la distribución en porcentaje de los flujos de los diferentes agentes.

Gráfico 7: Distribución de los diferentes impactos (flujo de agentes) en porcentaje

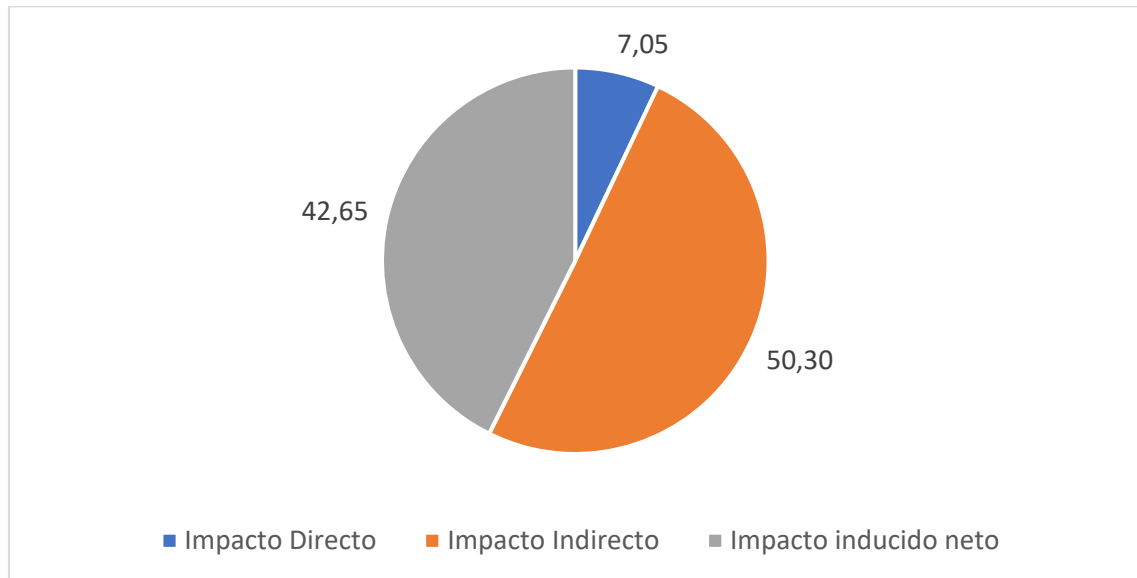


El efecto inducido neto será, por tanto, el efecto total menos la suma de los efectos directos e indirectos (Cuadro 18 y Gráfico 8).

Cuadro 18: Impacto total de la Semana Santa de Valladolid 2023

Impacto	Euros
Impacto Directo (a)	1.485.064,80
Impacto Indirecto (b)	10.598.036,04
Impacto inducido neto (c – (a+b))	8.985.920,48
Efecto Total (c)	21.069.021,32

Gráfico 8: Distribución de los diferentes impactos (flujos agregados) en porcentaje



3. ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTOS Y PERFILES DE PARTICIPACIÓN

En este apartado se analizarán las características del comportamiento de los tres grupos de interés que confluyen en la Semana Santa de Valladolid: *cofrades*, *residentes* y *visitantes*. Comenzaremos con una breve descripción comparada de sus perfiles sociodemográficos y de sus hábitos de participación en la Semana Santa, para después centrarnos en un análisis específico de las peculiaridades de cada grupo.

3.1. Perfil sociodemográfico de los participantes en la Semana Santa de Valladolid

Las características sociodemográficas de los participantes en la Semana Santa de Valladolid, se extraen de las encuestas llevadas a cabo: *Encuesta a Cofrades* y *Encuesta de Participación (residentes y visitantes)*.

Atendiendo al sexo, el porcentaje de mujeres entrevistadas ha sido ligeramente superior al de los hombres para *residentes* y *visitantes*, dándose la casualidad de que en ambos casos los porcentajes son prácticamente iguales, mientras que en la encuesta de *cofrades* el porcentaje de hombres (56,93%) es superior al de mujeres, reflejando la idea de que, en las cofradías aún predomina el sexo masculino pese al incremento de la afiliación femenina en los últimos años (ver Gráfico 9).

Gráfico 9: Distribución según sexo: *cofrades*, *residentes* y *visitantes*



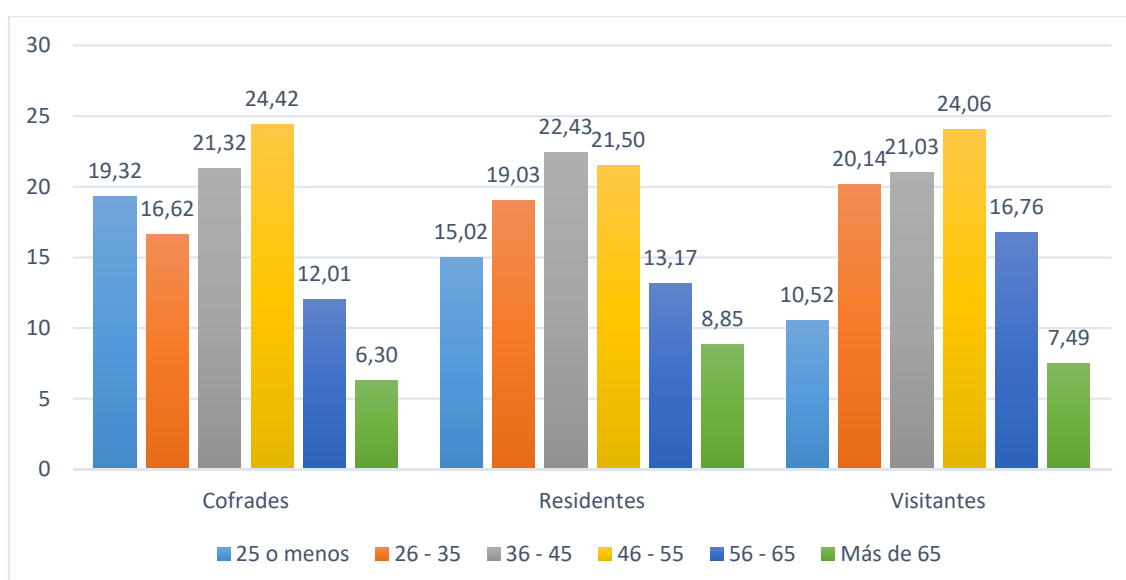
El promedio de edad de los encuestados es muy similar en las tres muestras, oscilando entre los 41,69 años de los *cofrades* y los 44,84 de los *visitantes*, siendo todas medias moderadamente representativas puesto que los coeficientes de variación de Pearson están en torno al 35%, como se puede observar en el Cuadro 19. Desglosando la caracterización de los participantes por grupos de edad, predominan las personas con edades intermedias en las tres

encuestas, de 36 a 45 y de 46 a 55 años, destacando como tercer grupo más frecuente el de 26 a 35 años en *residentes* y *visitantes*, a diferencia de la encuesta de *cofrades*, donde el tercer grupo de edad más frecuente es de 25 años o menos (Gráfico 10).

Cuadro 19: Estadísticos descriptivos de Edad

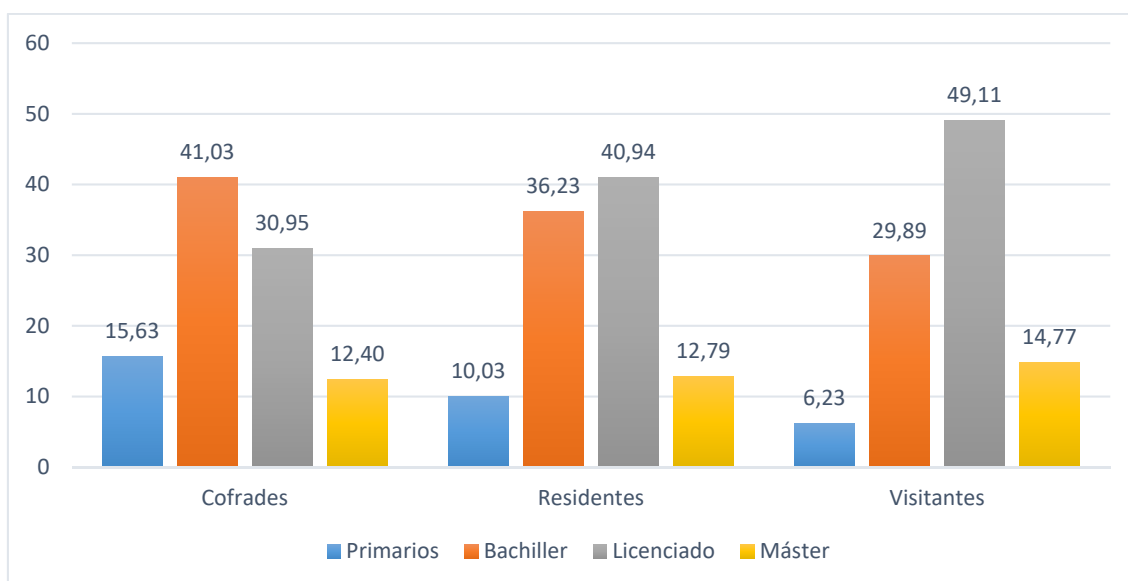
Estadístico	Cofrades	Residentes	Visitantes
Promedio	41,69	43,20	44,84
Desviación Estándar	15,72	15,31	14,66
Coefficiente de Variación	37,70%	35,43%	32,69%

Gráfico 10: Distribución según grupo de edad: *cofrades*, *residentes* y *visitantes*



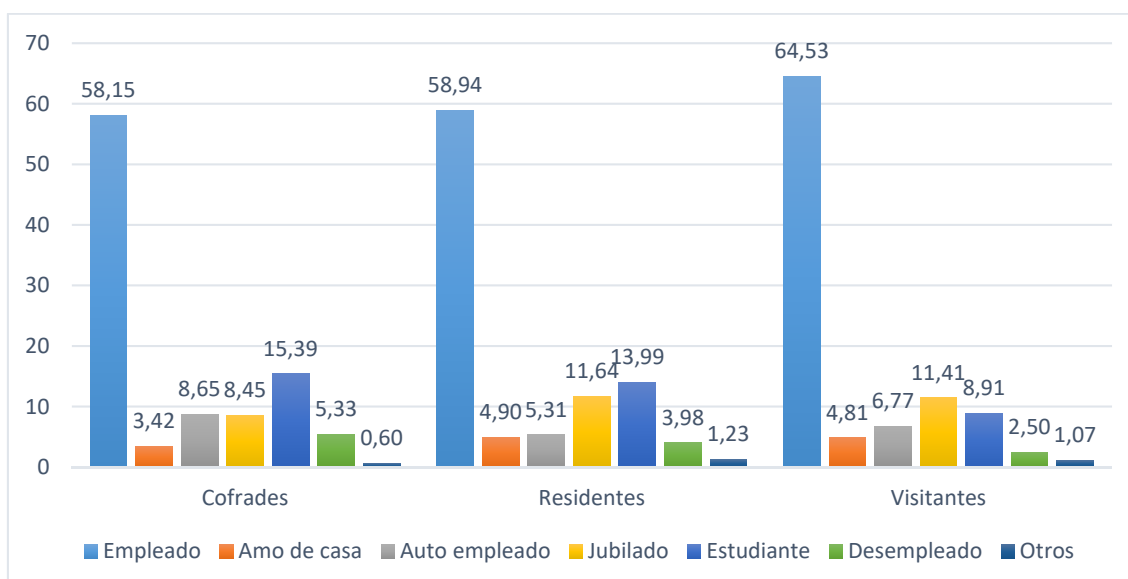
En lo referente al nivel de estudios (Gráfico 11), los porcentajes más altos de encuestados con estudios primarios y bachillerato se producen en la encuesta a *cofrades* (15,63% y 41,03% respectivamente) y nos encontramos con porcentajes bastante elevados de participantes con estudios superiores entre los *visitantes* (licenciados el 49,11% y doctores el 14,77%). Este último resultado no debe sorprendernos, pues es bastante frecuente que el nivel de estudios del público que acude a eventos culturales, sea más alto que el de las personas que prefieren otro tipo de espectáculos o actividades.

Gráfico 11: Distribución según nivel de estudios terminados: *cofrades*, *residentes* y *visitantes*



La categoría más frecuente del trabajo desempeñado por los encuestados, es la de empleado (58,15% en *cofrades*, 58,94% en *residentes* y 64,53% en *visitantes*), en segundo lugar, destacan los estudiantes en los grupos de *cofrades* (15,39%) y *residentes* (13,99%), sin embargo, en la encuesta de *visitantes*, este segundo puesto lo ocupan los jubilados (11,41%). Estos datos están en consonancia con las características de edad de los participantes en las tres encuestas (Gráfico 12).

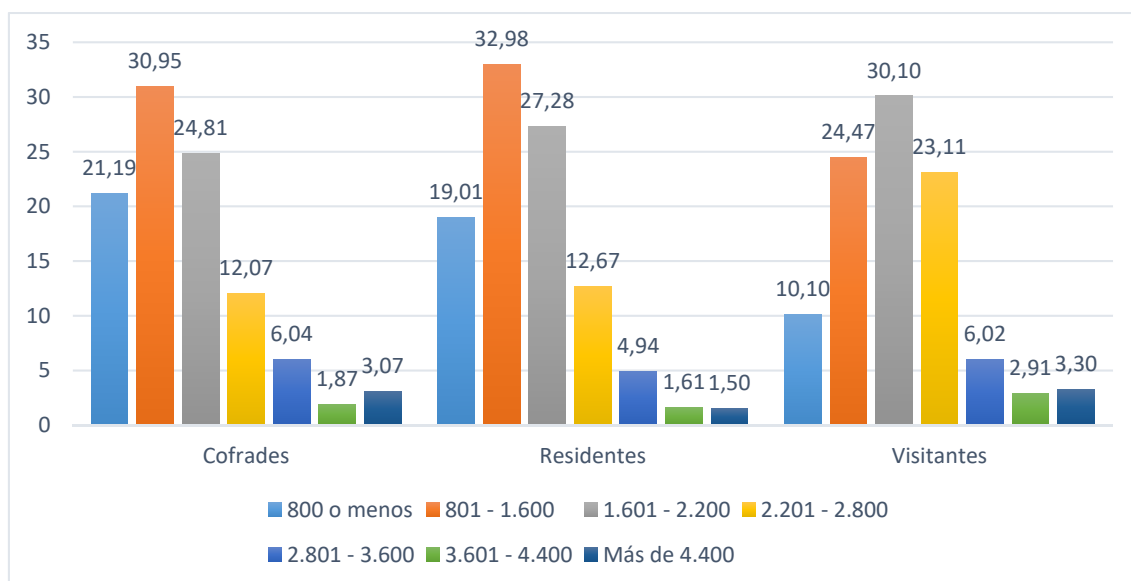
Gráfico 12: Distribución según trabajo actual: *cofrades*, *residentes* y *visitantes*



Por último, en lo que respecta a los ingresos mensuales netos de los encuestados (Gráfico 13), las características son muy similares en la muestra de *cofrades* y de *residentes*. En

ambos casos predominan las retribuciones de hasta 2.200 euros (el 76,95% en *cofrades* y el 79,27% en *residentes*): la situación más frecuente es entre 801 y 1.600 euros; en segundo lugar, de 1.601 a 2.200 euros y en tercero, 800 euros o menos. Se observa un nivel de ingresos superior entre los *visitantes*, donde la categoría más habitual es la de 1.601 a 2.200 euros (30,10%), seguida de la categoría de 801 a 1.600 euros (24,47%) y de 2.201 a 2.800 euros (23,11%). En definitiva, el 77,68% de los *visitantes* a la Semana Santa, perciben mensualmente entre 801 y 2.800 euros.

Gráfico 13: Distribución según ingresos: *cofrades*, *residentes* y *visitantes*



Tras esta pequeña caracterización socioeconómica, profundizaremos en el tipo de participación, la motivación y las peculiaridades de cada grupo de participantes.

3.2. Espectadores de la Semana Santa de Valladolid 2023

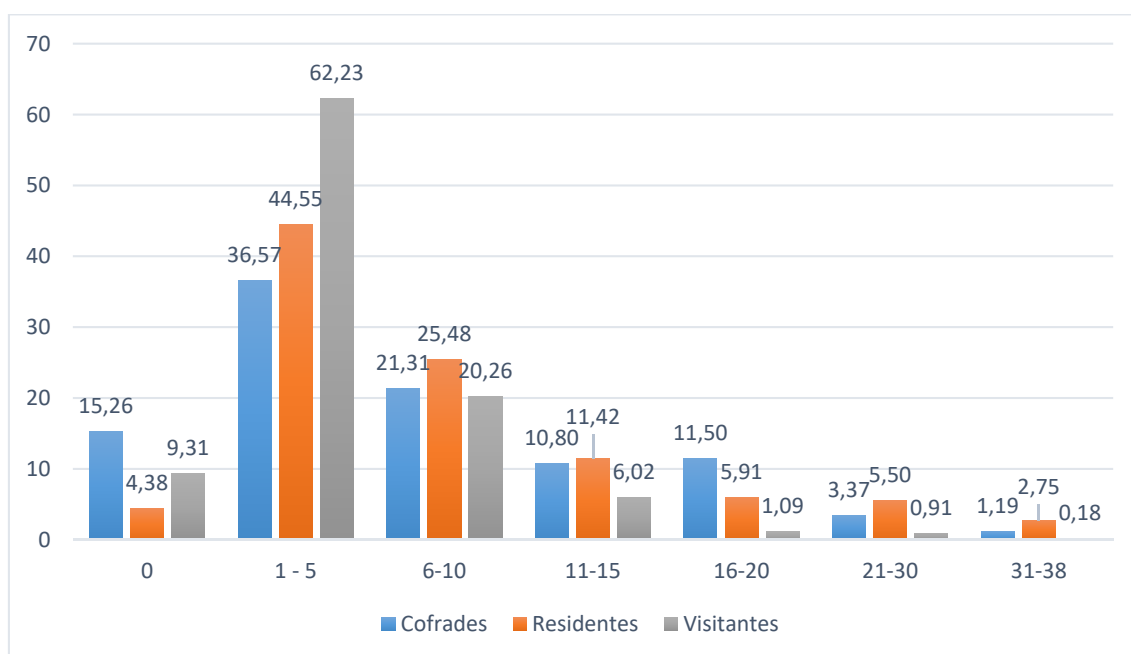
Para analizar los datos sobre participación de los encuestados como espectadores en la Semana Santa vallisoletana, se utilizaron dos variables: el número de procesiones que los encuestados de los tres colectivos tenían previsto ver y los porcentajes de personas con intención de ver procesiones detallados por fecha.

Respecto al número de procesiones vistas, las mayores diferencias se producen en las categorías inferiores como se pone de manifiesto en el Gráfico 14. Los *cofrades* son el colectivo que presenta un mayor porcentaje de encuestados que declaran no haber visto ninguna procesión (15,26%) mientras que, en el grupo de *residentes* este porcentaje es del 4,38% y en el de *visitantes* del 9,31%. En los tres grupos de individuos analizados lo más habitual fue ver “de

1 a 5 procesiones” destacando el porcentaje de los *visitantes* (62,23%) muy por encima de los otros dos colectivos. Este tipo de comportamiento en cuanto a la participación tiene su lógica en el sentido de que los *cofrades* ven menos procesiones, quizás porque están implicados en la Semana Santa de otras formas, con dedicación a su cofradía y durante todo el año.

En los rangos superiores de participación, el más relevante es el de “6 y 10 procesiones”, con una proporción de individuos entre el 20% y el 25% aproximadamente, sin grandes diferencias entre grupos, siendo el porcentaje de *residentes* (25,48%) el más alto de los tres. Por último, entre los amantes de ver muchas procesiones (más de 10), destacan los dos colectivos locales, *cofrades* y *residentes* por encima de los *visitantes*.

Gráfico 14 Distribución del número de procesiones vistas



Si agregamos para cada muestra y calculamos el número medio de procesiones vistas por cada segmento de participación, los valores más altos son los de *residentes*, con 8,56 procesiones de media, seguidos de los *cofrades* con 8,33. A más distancia se sitúan los *visitantes* que ven un promedio de 4,60 procesiones. En otras palabras, los habitantes de Valladolid (*residentes* y *cofrades*) ven, de media, casi el doble de procesiones que los *visitantes*.

Toda esta información también se puede ver desde el punto de vista de los porcentajes de personas con propósito de ver procesiones en los colectivos de *residentes* y *visitantes*. El Cuadro 20 recoge el número de procesiones que hubo en la Semana Santa de Valladolid de 2023, dato imprescindible para analizar la participación de los tres colectivos. El Jueves Santo es el día donde se concentran la mayoría de las procesiones, un total de 15, seguido por el Miércoles Santo con 5 procesiones. Los demás días están programadas 2 o 3 procesiones cada día, salvo el

Domingo de Resurrección, en el que hay una única procesión que pone el colofón a la Semana Santa.

Cuadro 20: Distribución del número de procesiones que salieron cada día de la Semana Santa

Día	Acrónimo	Nº de procesiones
Viernes de Pasión: 31 de marzo de 2023	V31	2
Sábado de Pasión: 01 de abril de 2023	S01	2
Domingo de Ramos: 02 de abril de 2023	D02	3
Lunes Santo: 03 de abril de 2023	L03	2
Martes Santo: 04 de abril de 2023	M04	2
Miércoles Santo: 05 de abril de 2023	X05	5
Jueves Santo: 06 de abril de 2023	J06	15
Viernes Santo: 07 de abril de 2023	V07	3
Sábado Santo: 08 de abril de 2023	S08	3
Domingo de Resurrección: 09 de abril de 2023	D09	1

Las preguntas clave de las encuestas para obtener esta información fueron las siguientes:

- ✓ Encuesta de residentes: ¿Cuántos días tiene pensado ver procesiones de la Semana Santa?
- ✓ Encuesta de visitantes: ¿Cuántos días tiene pensado permanecer en Valladolid?

Las dos fechas más destacadas, fueron sin duda y como era de esperar, el Jueves Santo y el Viernes Santo. Concretamente, entre los *residentes*, los porcentajes de personas con intención de ver procesiones en esos dos días fueron el 70,64% y el 69,32% respectivamente (Gráfico 15) y entre los *visitantes* el 53,11% y el 52,40% (Gráfico 16). Evidentemente en estas intenciones declaradas, pesa la importancia de la programación y la acumulación de procesiones en esas dos fechas. En ambas encuestas, el día con menor afluencia prevista fue el Viernes de Pasión.

Gráfico 15: Porcentaje de *Residentes* que tenían pensado ver procesiones en Valladolid durante la Semana Santa de 2023 según fecha

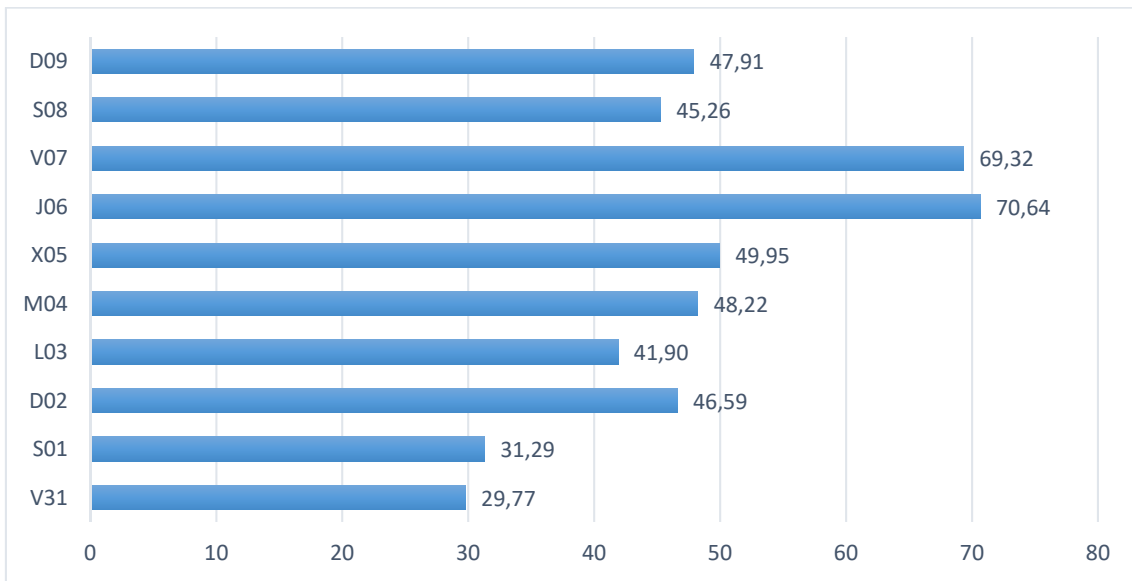
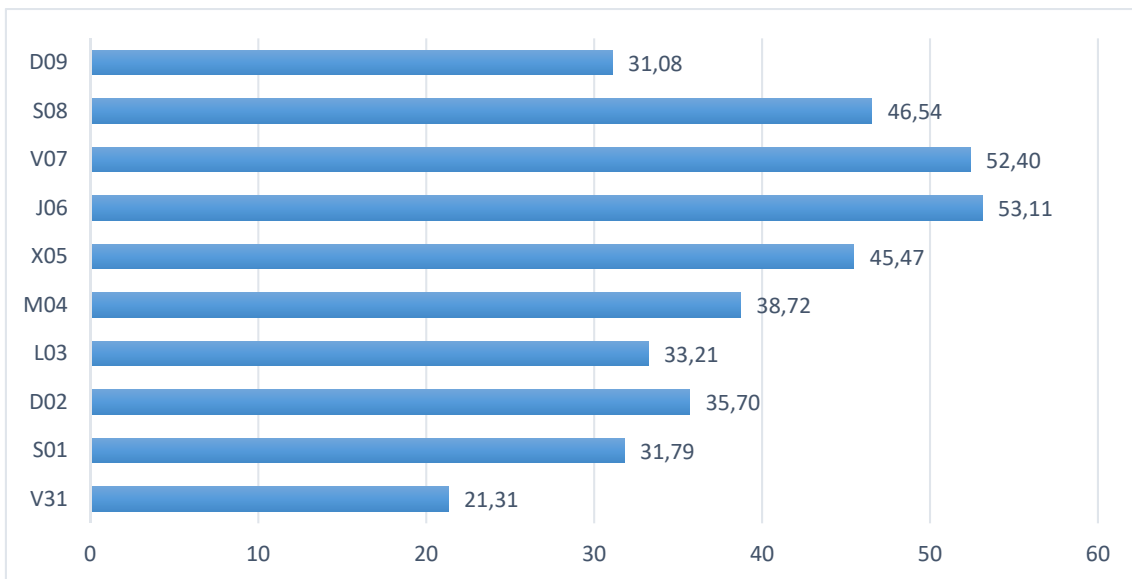


Gráfico 16: Porcentaje de *Visitantes* que tenían pensado permanecer en Valladolid durante la Semana Santa de 2023 según fecha



En definitiva, los días fuertes de la Semana Santa son el Jueves Santo y el Viernes Santo con una gran afluencia de público, pues en estos dos días, aproximadamente el 70% de los *residentes* y el 53% de los *visitantes* manifiestan su intención de ver procesiones. Por otra parte, en cuanto a la cantidad de procesiones vistas, es muy relevante que el 57,88% de los *cofrades*, el 70,03% de los *residentes* y el 82,49% de los *visitantes* hayan afirmado ver entre 1 y 10 procesiones.

Veamos a continuación algo más del comportamiento específico de los tres grupos de interés estudiados por separado.

3.3. Análisis de comportamiento de cofrades

3.3.1. Descripción general

La población de cofrades se cifra en torno a 11.704 afiliados a un total de 20 cofradías. De todos ellos el 55,75% (6.525 cofrades) se pueden considerar hermanos activos en el sentido de que participan en alguna procesión durante la Semana Santa; el 11,99% (1.404 cofrades) son colaboradores, es decir, hermanos que participan habitualmente en la organización de la Cofradía o Hermandad en la preparación de la Semana Santa, en ensayos, etc. y el 2,57% (278 cofrades) forman parte de las bandas musicales. La cuota media anual de afiliación a las cofradías vallisoletanas asciende a 34,41 euros, siendo la cuota más habitual entre las Cofradías de 30 euros.

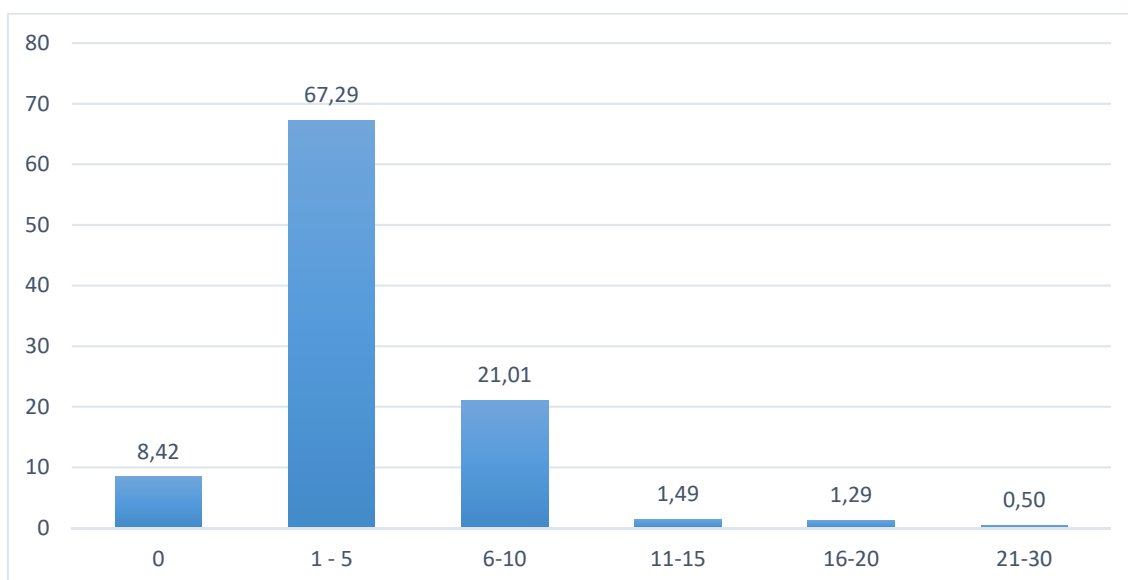
La muestra de cofrades estaba compuesta por 1.032 personas, de las cuales el 56,93% eran hombres. Este dato no representa un desequilibrio importante en la paridad por sexos, pero refleja la incorporación tardía de la mujer a las cofradías. Los encuestados tienen 41,69 años de media, son ligeramente más jóvenes que los residentes y visitantes. Por rango de edad, el 45,74% tiene edades comprendidas entre 36 y 55 años y la población más joven, menor de 25 años, tiene un elevado porcentaje de representación en la muestra (19,32%). Los niveles de estudios más frecuentes entre los cofrades son de bachiller (41,03%) y universitarios (33,35%) y su situación laboral predominante es la de empleados (58,15%); estudiantes (15,39%) y jubilados (8,45%). En lo referente a sus ingresos, el 67,83% perciben entre 801 y 2.800 euros y el 21,19% de este grupo de interés percibe mensualmente menos de 800 euros.

Los cofrades asisten como espectadores a muchas procesiones: el 36,57% ve entre 1 y 5 procesiones; el 21,31% ve entre 6 y 10 procesiones y el 26,86% ve más de 11 procesiones durante la Semana Santa. Como dato destacable, el 15,26% de los cofrades no asiste a ninguna procesión, pero pudiendo parecer que acuden a menos procesiones que residentes y visitantes, esta cifra es razonable dado que la participación de este colectivo en la Semana Santa requiere implicación en su propia cofradía realizando diversas labores y saliendo en las propias procesiones.

3.3.2. Participación en la Semana Santa

Además de su participación como espectadores, ya comentada en epígrafes anteriores, los cofrades tienen un papel protagonista cuando salen con su cofradía en procesión. El número medio de procesiones en las que participa cada cofrade es de 4,60, pero el 21,61% de ellos declara en la encuesta que sale tres veces durante la Semana Santa, esto es lo más habitual. El Gráfico 17 recoge la distribución de participación de los cofrades en porcentaje. Destaca claramente el comportamiento de salir en un número de procesiones comprendido entre 1 y 5 (67,29%), pero también es importante el porcentaje de los cofrades que van en procesión entre seis y diez veces (21,01%).

Gráfico 17: Distribución del número de procesiones en las que salen los cofrades



A la vista de los datos facilitados por las cofradías tras la Semana Santa, el Cuadro 21 recoge con mayor detalle y para cada procesión, el número de cofrades, de miembros de la banda y el total de cofrades que salieron en cada una de las procesiones del año 2023. Las tres procesiones con una participación más numerosa de cofrades fueron: la Procesión General de la Sagrada Pasión del Redentor (3.576), la Procesión de las Palmas (1.621) y la Procesión del Encuentro de Jesús Resucitado con la Virgen de la Alegría (1.616).

El número total de cofrades que salieron en todas las procesiones alcanzó los 16.387 (14.719 cofrades y 1.668 miembros de bandas), lo que nos da una media de 431 participantes por procesión (387 cofrades y 44 miembros de bandas).

Cuadro 21: Distribución del número de cofrades que salieron en cada una de las procesiones de la Semana Santa de Valladolid de 2023

Nº	Procesión	Cofrades	Banda (*)	Total
1	Procesión de Perdón y Esperanza	207	22	229
2	Vía Crucis de la Exaltación de la Cruz y Ntra. Sra. de Los Dolores	143	0	143
3	Procesión de la Hermandad del Santo Cristo de Los Artilleros	151	0	151
4	Procesión del Ejercicio Público de las Cinco Llagas	270	40	310
5	Procesión de las Palmas	1.358	263	1.621
6	Procesión de Amor y Misericordia del Stmo. Cristo de Medinaceli	57	65	122
7	Procesión del Stmo. Cristo de Los Trabajos	142	40	182
8	Procesión del Stmo. Rosario del Dolor	698	65	763
9	Procesión de la Buena Muerte	30	0	30
10	Procesión del Encuentro de la Stma. Virgen con su Hijo en la Calle de la Amargura	635	84	719
11	Procesión de la Peregrinación de la Promesa	222	0	222
12	Vía Crucis Procesional	488	0	488
13	Procesión del Stmo. Cristo de las Mercedes	179	0	179
14	Procesión del Arrepentimiento	230	54	284
15	Procesión de la Piedad	465	95	560
16	Procesión de la Peregrinación del Consuelo	137	2	139
17	Procesión del Stmo. Cristo de la Luz	343	0	343
18	Procesión del Stmo. Cristo de la Preciosísima Sangre y María Stma. de la Caridad	452	0	452
19	Procesión de Penitencia y Caridad	589	116	705
20	Procesión de la Exaltación de la Luz de Cristo	105	0	105
21	Procesión la Amargura en El Monte Calvario	142	22	164
22	Procesión de la Sagrada Cena	203	24	227
23	Procesión de Humildad y Penitencia	267	13	280
24	Procesión de Cristo en Getsemaní	98	80	178
25	Estación Eucarística en la S.I.M. Catedral de la Cofradía de Ntro. Padre Jesús Resucitado, María Stma. de la Alegría y las Lágrimas de San Pedro	72	13	85
26	Procesión de Oración y Sacrificio	214	40	254
27	Procesión del Stmo. Cristo despojado, Cristo Camino del Calvario y Ntra. Sra. de la Amargura	191	44	235
28	Procesión de la Peregrinación del Silencio	317	0	317
29	Procesión de Regla de la Cofradía Penitencial de la Santa Vera-Cruz	327	0	327
30	Procesión del "Verum Corpus"	81	0	81
31	Procesión Titular de la Cofradía El descendimiento y Santo Cristo de la Buena Muerte "Cristo Al Humilladero"	164	22	186
32	Procesión de Regla de la Ilustre Cofradía Penitencial de Ntra. Sra.	350	0	350

de las Angustias – Sacrificio y Penitencia				
33	Procesión del Vía-Crucis	129	4	133
34	Procesión General de la Sagrada Pasión del Redentor	3.261	315	3.576
35	Procesión de la Soledad	130	0	130
36	Ofrecimiento de los Dolores de Valladolid a la Stma. Virgen	391	0	391
37	Santo Entierro de Cristo	110	0	110
38	Procesión del Encuentro de Jesús Resucitado con la Virgen de la Alegría	1.371	245	1.616
Total		14.719	1.668	16.387

(*) Nota: Se refiere al número de cofrades integrantes de banda participando en cada procesión según los datos declarados en la encuesta. Ello no obsta que cada cofradía y para cada procesión se contraten bandas o grupos musicales externos, como es lo habitual.

Para terminar, dos aspectos interesantes de la participación de los cofrades en la Semana Santa son: el tiempo dedicado a diversas actividades de la cofradía a lo largo del año (gestión, preparación de pasos, ensayos, etc.) y las contribuciones monetarias además de su cuota como cofrade. Los datos recabados, indican que el tiempo medio dedicado por los cofrades a actividades relacionadas con la cofradía asciende a 114,64 hora al año, aunque esta media es poco representativa pues la desviación típica asciende a 214,67. Respecto a las aportaciones extraordinarias (donativos, limosnas, etc.) realizadas a la cofradía, excluyendo la cuota de cofrade, la cuantía media declarada fue de 73,25 euros al año y, al igual que ocurría con el tiempo dedicado, esta media es poco representativa pues la desviación típica es de 192,91.

3.4. Análisis de comportamiento de residentes

3.4.1. Descripción general

La muestra de residentes estaba compuesta por 981 individuos, de los cuales el 46,78% eran hombres. Los encuestados tenían casi 44 años de media, el 43,93% estaba en edades comprendidas entre 36 y 55 años y los menores de 25 años constituían el 15,02% de la muestra. Los residentes tienen estudios universitarios en un porcentaje alto (52,73%) o bachiller (36,23%) y su situación laboral predominante es la de empleados (58,94%); estudiantes (13,99%) y jubilados (11,64%). En lo referente a sus ingresos, el 72,93% perciben entre 801 y 2.800 euros, con un 19,01% de los entrevistados por debajo de los 800 euros.

Este grupo de interés participa en la Semana Santa vallisoletana asistiendo a un número muy elevado de procesiones. Se ha observado que el 44,55% ve entre 1 y 5 procesiones y el 25,48% de los participantes ve entre 6 y 10, siendo muy reducido el porcentaje de residentes que no acude a ninguna (4,38%). Por fechas, en torno al 70% de los encuestados asiste a las

procesiones del Jueves y Viernes Santo; aproximadamente el 49% de los residentes también ven procesiones los días del Martes y Miércoles Santo y, por último, los dos domingos, el de Ramos y el de Resurrección, congregan alrededor del 47% de los participantes.

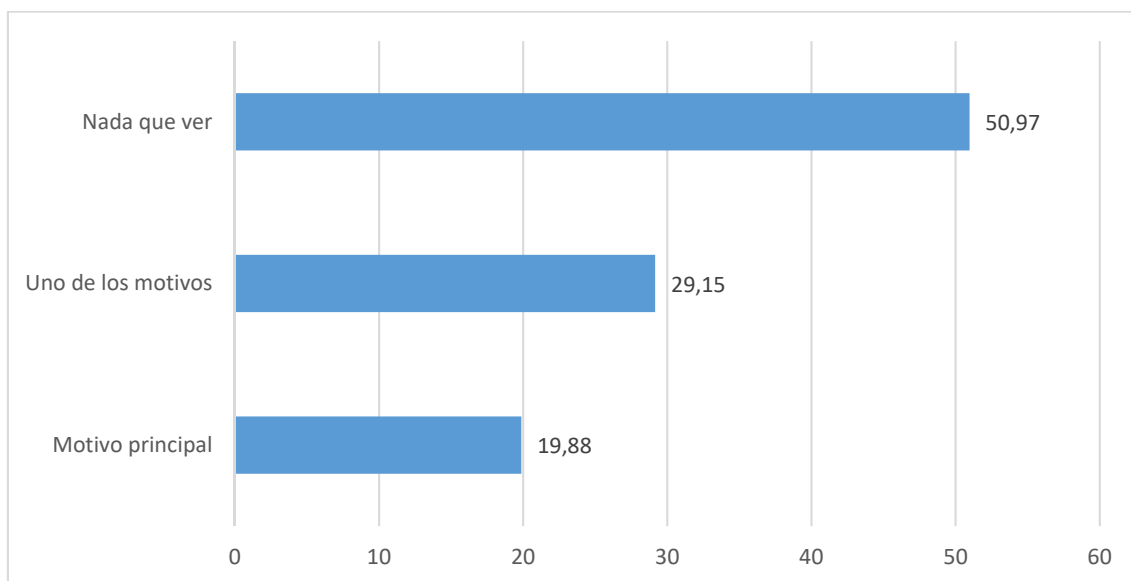
3.4.2. Motivación para permanecer en Valladolid

A los residentes en Valladolid se les preguntó por cuál era la situación más adecuada en relación con las procesiones de Valladolid, teniendo que elegir entre:

- ✓ Son el motivo principal por el que permanezco en Valladolid en estas fechas.
- ✓ Son uno de los motivos por los que permanezco en Valladolid en estas fechas.
- ✓ No tienen nada que ver con mi permanencia en Valladolid en estas fechas.

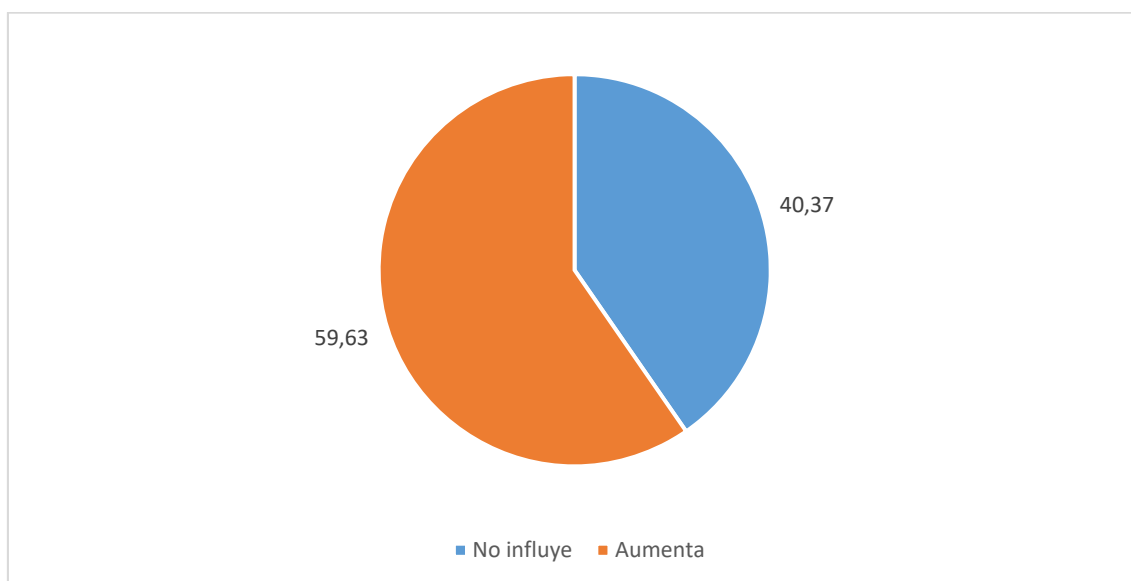
Algo más de la mitad de los residentes encuestados (50,97%) afirman que su estancia en Valladolid durante la Semana Santa no se debe a las procesiones, sólo el 19,88% declaran que son el motivo principal para permanecer en Valladolid esos días como se aprecia en el Gráfico 18.

Gráfico 18: Motivación de las procesiones de la Semana Santa para permanecer en Valladolid



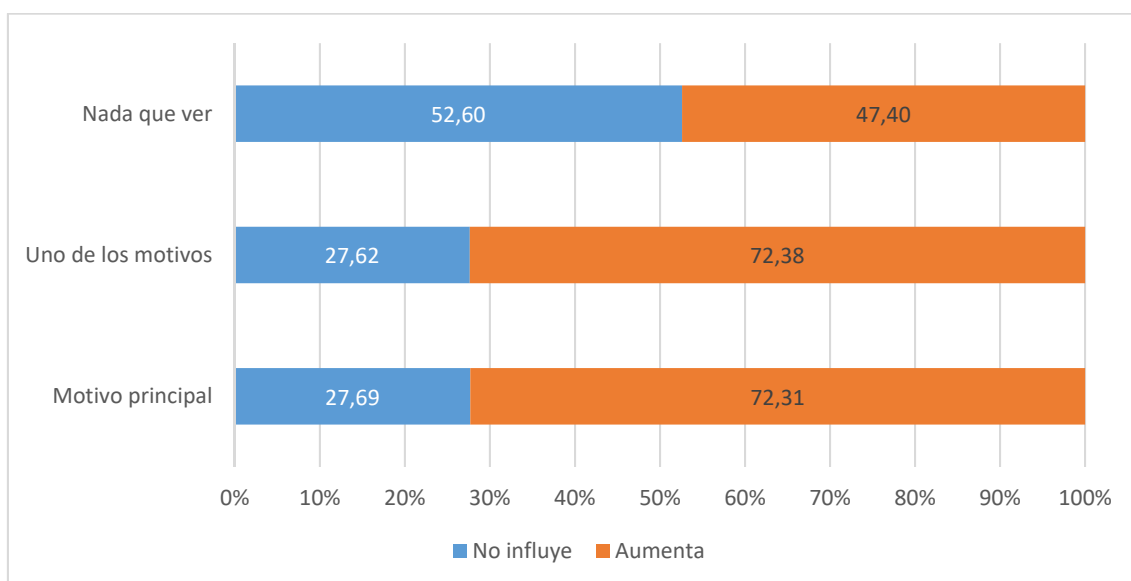
Así mismo, se les preguntó en qué medida influía la celebración de la Semana Santa en sus gastos de consumo, pudiendo elegir entre dos opciones: no influyen y aumentan. Como se pone de manifiesto en el Gráfico 19 el 59,63% de los residentes declararon que sus gastos aumentan en el periodo de estudio.

Gráfico 19: Influencia de la Semana Santa en los gastos de consumo



Cruzando la información que se obtiene de estas dos variables, motivación e influencia, en el Gráfico 20 se puede observar que tanto a los residentes cuyo motivo principal son las procesiones de Semana Santa como a aquellos que declaran ser uno de los motivos para permanecer en Valladolid sus gastos de consumo aumentaron en un 72,3% de los casos, mientras que entre los que afirmaron que las Semana Santa no tenía nada que ver el porcentaje disminuye hasta el 47,40%.

Gráfico 20: Distribución de los residentes en función de la motivación y la influencia en el gasto



3.5. Análisis de comportamiento de visitantes

3.5.1. Descripción general

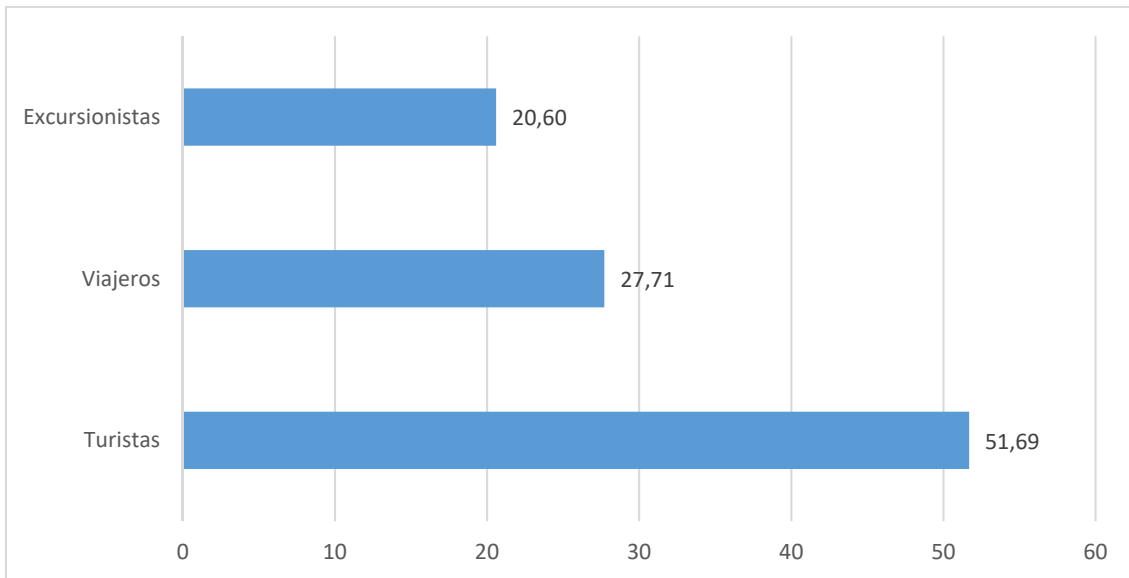
La muestra de visitantes estaba formada por 563 personas, de las cuales el 46,80% eran hombres y los encuestados tenían casi 45 años de media, es el colectivo de interés de mayor edad, por encima de cofrades y residentes. El 45,09% tenía edades comprendidas entre 36 y 55 años; el 24,14% estaba en el rango de edad de 25 a 35 años y los menores de 25 años constituían sólo el 10,54% de la muestra. Los visitantes son el grupo de mayor nivel de estudios, el 63,88% poseen estudios universitarios y el 29,89% bachiller. El trabajo desempeñado más frecuente es el de empleados (64,53%); jubilados (11,41%) y estudiantes (9,91%). En lo referente a sus ingresos, el 77,68% perciben entre 801 y 2.800 euros, con sólo un 10,10% de los entrevistados por debajo de los 800 euros. Se trata, por lo tanto, del colectivo con mayores ingresos.

Los visitantes participan en la Semana Santa vallisoletana asistiendo a un número bastante elevado de procesiones, pero inferior a la participación de cofrades y residentes, debido a lo limitado de su estancia en la ciudad. Se ha observado que el 62,23% de los visitantes ve entre 1 y 5 procesiones, siendo con diferencia el grupo analizado con mayor porcentaje en este rango de visitas, sin embargo, en las categorías siguientes, de 6 a 10 procesiones (20,26%) y más de 11 procesiones (8,02%) estas cifras decaen porque muchos de ellos no permanecen toda la Semana Santa en Valladolid. Por fechas, el 52,4% asiste a las procesiones en Jueves Santo y el 53,11% en Viernes Santo; después de los dos días grandes de las procesiones, destacan el Sábado Santo (46,54%) y el Miércoles Santo (45,47%). El resto de los días la asistencia es más reducida.

3.5.2. Características del viaje

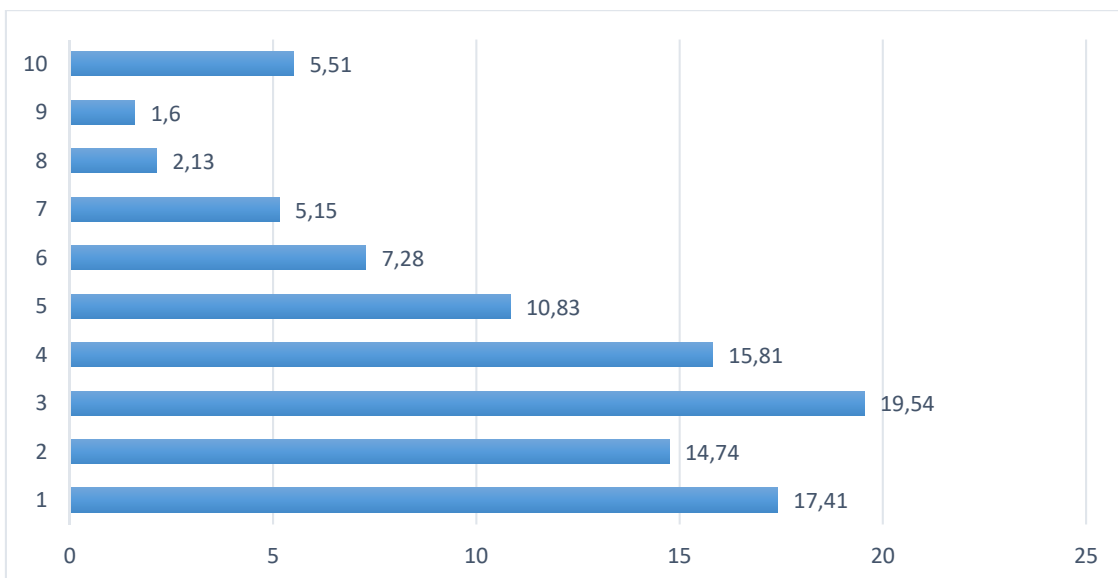
Los visitantes a la Semana Santa de Valladolid se han clasificado en tres categorías para hacer este estudio: *turistas* o visitantes que pernoctan y pagan por ello; *viajeros* o visitantes que también pernoctan, pero se alojan sin hacer gasto y *excursionistas* que son los turistas de día, que visitan Valladolid en Semana Santa pero no pernoctan. En la encuesta realizada, se observa que los turistas eran el 51,69%, luego más de la mitad de los visitantes hacen un desembolso importante en hospedaje, restauración y comercio, mientras que el 48,31% restante tienen un consumo presumiblemente menor, sólo en restauración y comercio (Gráfico 21).

Gráfico 21: Distribución del alojamiento por tipo de visitante



Respecto a los días de estancia en la ciudad, los visitantes declararon en la encuesta que el número de días de permanencia más habitual en Valladolid durante su Semana Santa, era de tres (19,54%) y, en segundo lugar, se situaban los excursionistas que sólo pasan un día (17,41%). Un dato destacable es el hecho de que el 5,51% de los visitantes afirmaron que estarían en Valladolid los 10 días que dura la Semana Santa (Gráfico 22).

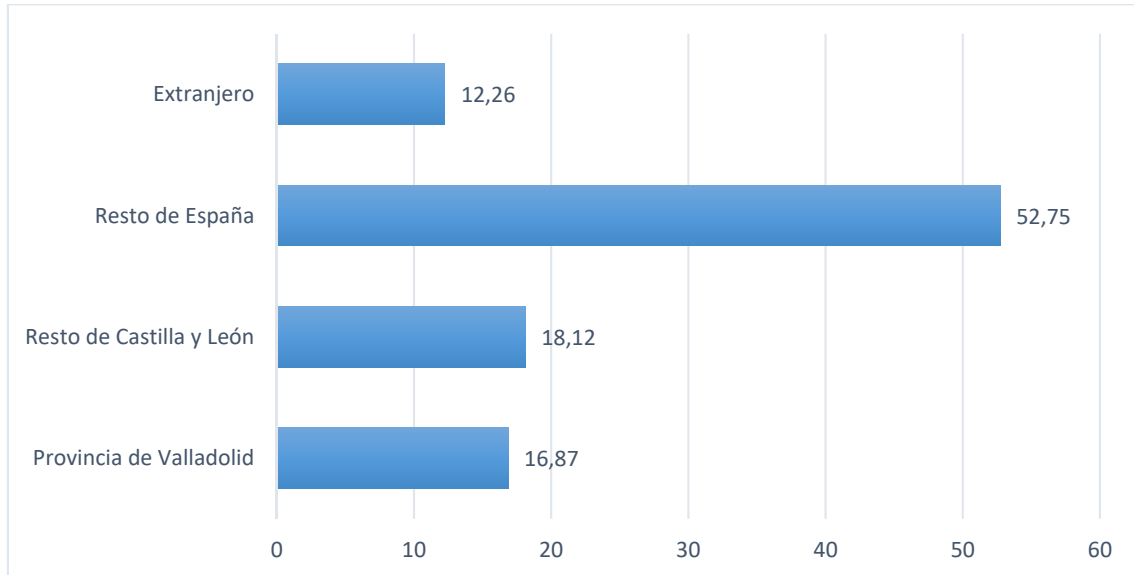
Gráfico 22: Porcentaje de *Visitantes* según número de días de estancia en Valladolid



En cuanto al origen de los visitantes a la Semana Santa de Valladolid (Gráfico 23), algo más de la mitad procedían de España excluyendo Castilla y León (52,75%), el 18,12% eran

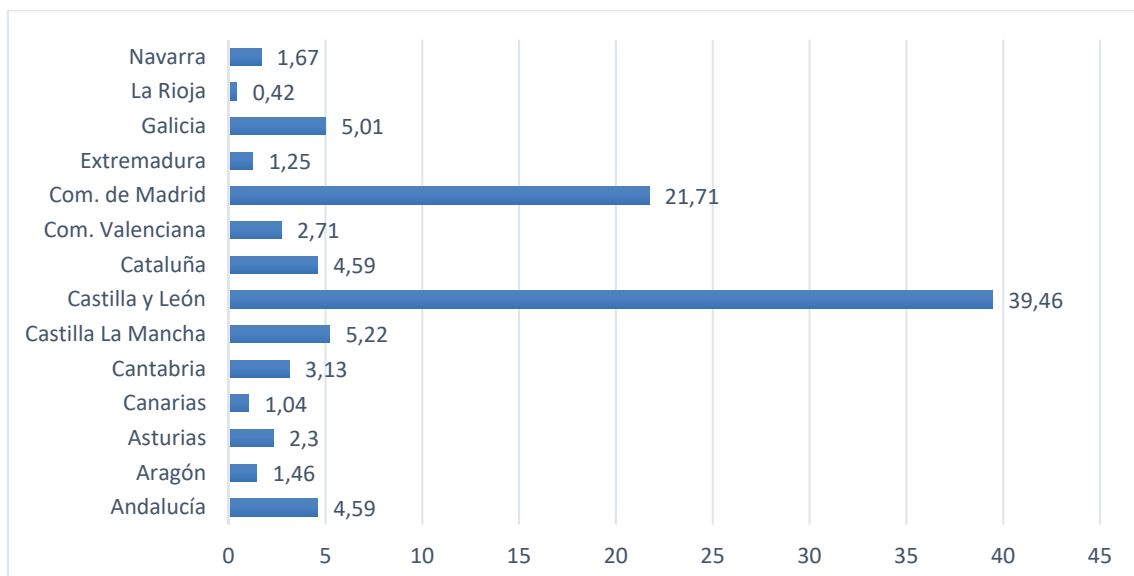
castellano-leoneses excluyendo a los vallisoletanos y los extranjeros supusieron el 12,26% de los visitantes.

Gráfico 23: Distribución de *visitantes* según lugar de procedencia.



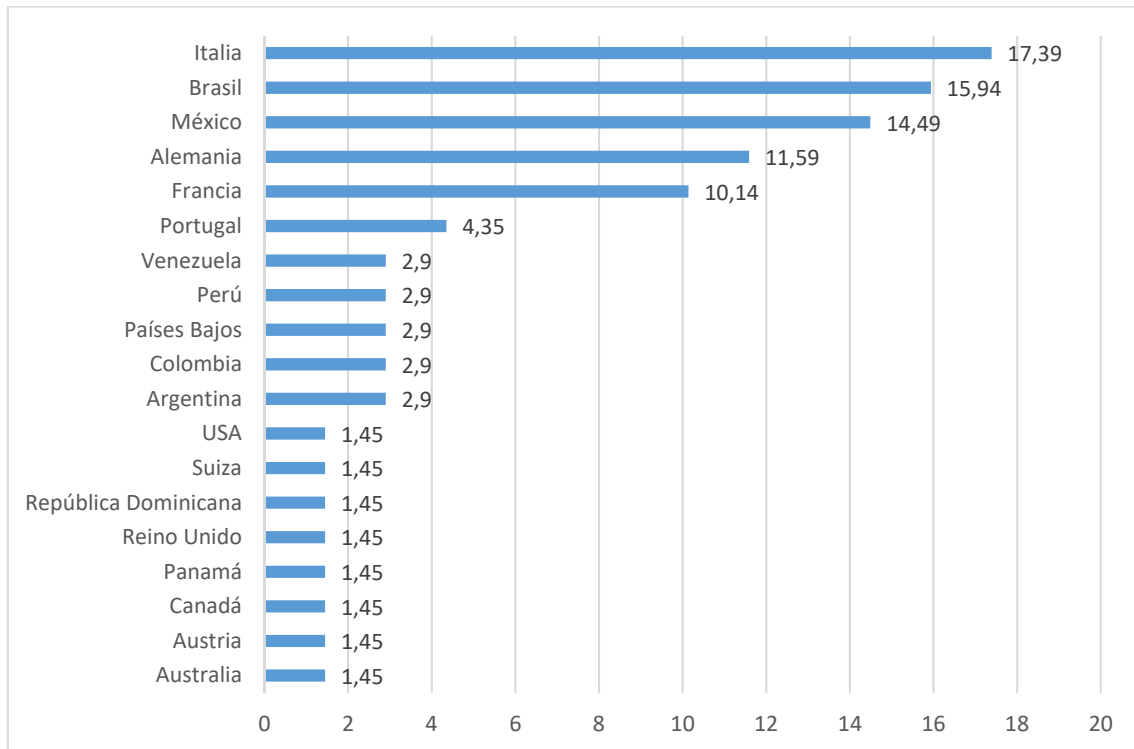
Analizando el turismo nacional que visita la Semana Santa vallisoletana, se observa en el Gráfico 24 el desglose de los visitantes por comunidades autónomas, destacando en los dos primeros puestos la Comunidad Autónoma de Castilla y León (39,46%) y la Comunidad de Madrid (21,71%). En el extremo opuesto, las comunidades de las que vinieron menos visitantes fueron La Rioja (0,42%) y Canarias (1,04%), junto con Islas Baleares, Región de Murcia y País Vasco, que no aportaron ningún visitante a la Semana Santa.

Gráfico 24: Distribución de los *Visitantes* por Comunidad Autónoma



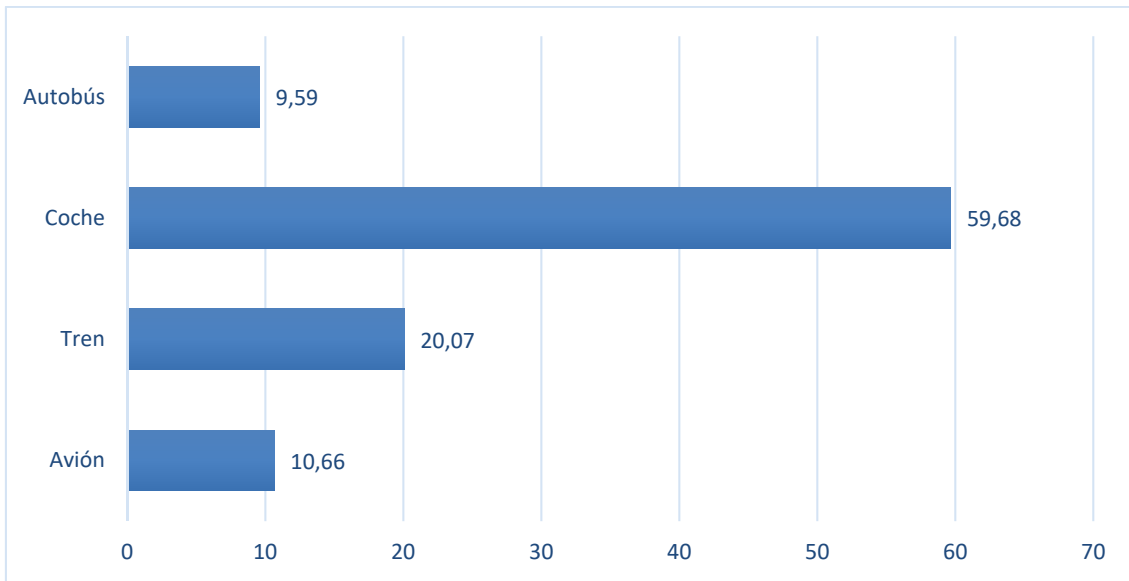
El estudio de la procedencia de los *visitantes* extranjeros (Gráfico 25) indica que los países de mayor afluencia son Italia (17,39%), Brasil (15,94%), México (14,49%), Alemania (11,59%) y Francia (10,14%). Conjuntamente, estos seis países aglutinan casi el 70% de los visitantes extranjeros, mientras que el resto de las nacionalidades son minoritarias en el conjunto de la muestra y no alcanzan el 3% ninguna de ellas.

Gráfico 25: Distribución de los *Visitantes* extranjeros según país de origen



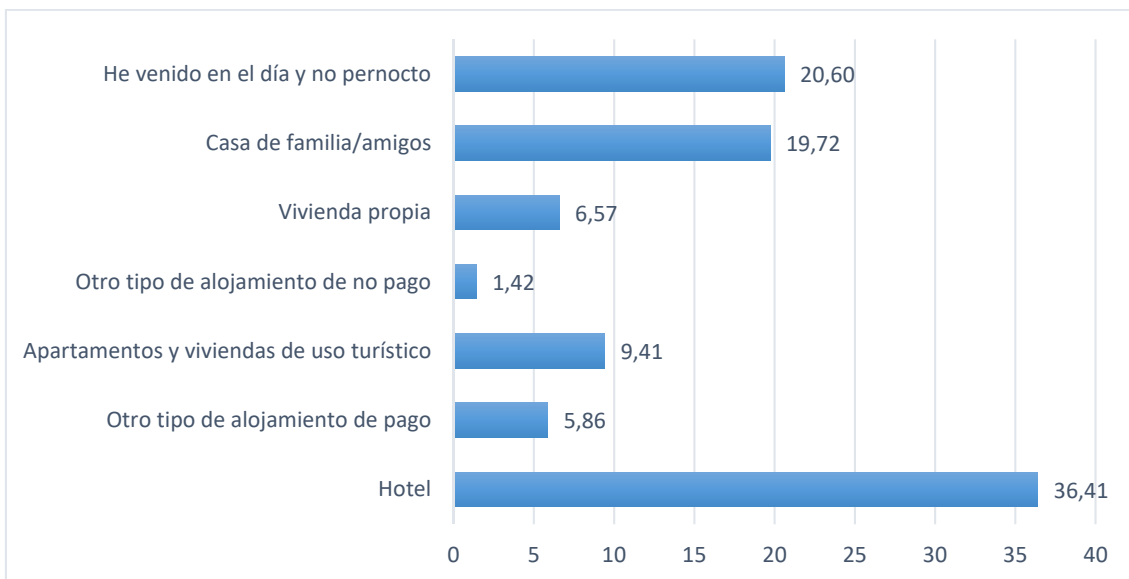
Los medios de transporte utilizados para visitar la Semana Santa vallisoletana, lógicamente son acordes al origen de los visitantes. La forma más habitual para desplazarse hasta Valladolid ha sido el coche con un 59,68%, seguido a gran distancia por el tren (20,07%), el avión (10,66%) y autobús (9,59%). (ver Gráfico 26).

Gráfico 26: Distribución de los *visitantes* según medio de transporte utilizado



Respecto al tipo de alojamiento, la mayoría de los visitantes opta por la opción del hotel (36,41%) para su estancia en Valladolid; la segunda situación más frecuente, es la de los visitantes que no pernoctan en Valladolid, realizando una estancia sólo de día en la ciudad (20,60%); en tercer lugar, se sitúan aquellos que pernoctan en Valladolid en casa de un familiar o de algún amigo (19,72%) y la opción menos empleada a la hora de alojarse, es hacerlo en otro tipo de alojamiento de no pago (1,42) (ver Gráfico 27).

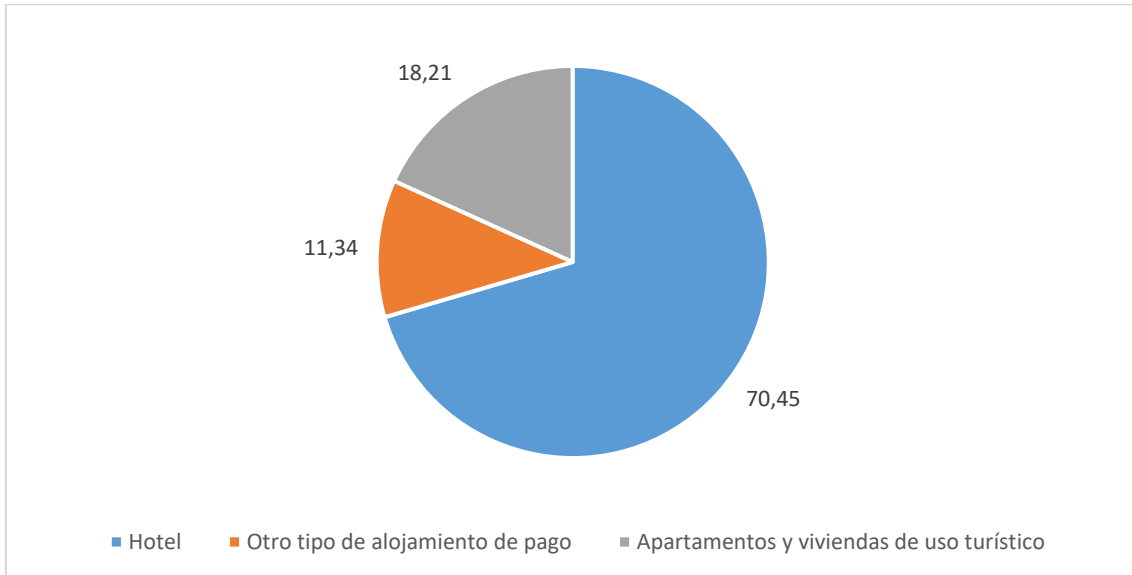
Gráfico 27: Distribución por el tipo de alojamiento utilizado por los visitantes



Recordemos que el 51,69% de los visitantes eran *turistas* que realizaban gasto por alojarse. Si nos restringimos a este tipo de visitante (Gráfico 28), su opción de hospedaje

mayoritaria es el hotel (70,45%), y en segundo lugar los apartamentos y viviendas de uso turístico (18,21%).

Gráfico 28: Tipo de alojamiento utilizado por los *Turistas*



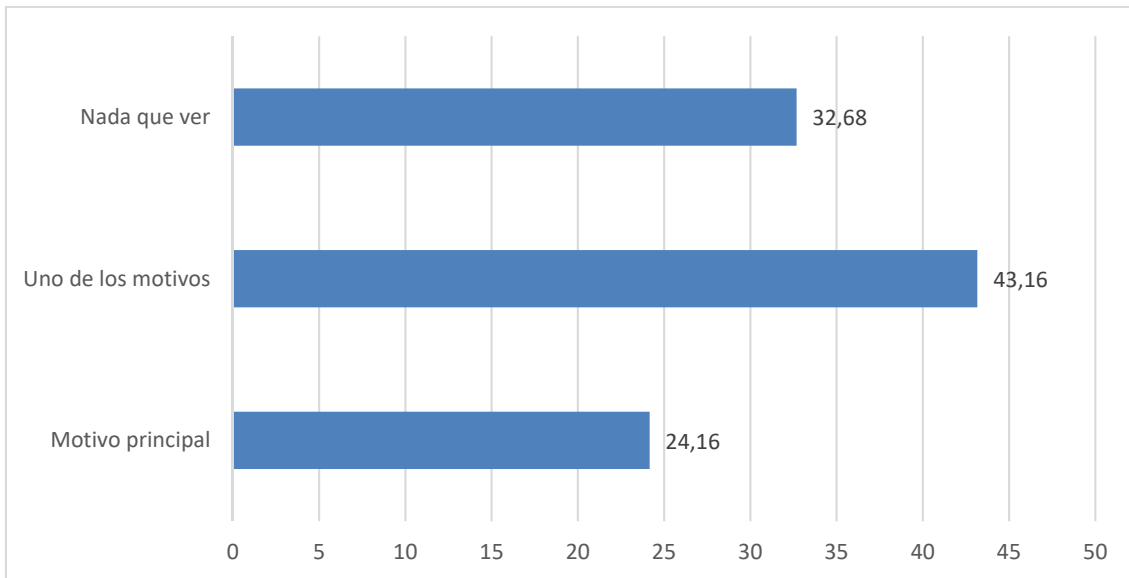
3.5.3. Motivación del viaje

A los visitantes a Valladolid se les preguntó por cuál era la situación más adecuada en relación con las procesiones de Valladolid, teniendo que elegir entre:

- ✓ Son el motivo principal de mi visita.
- ✓ Son uno de los motivos de mi visita.
- ✓ No tienen nada que ver con mi visita.

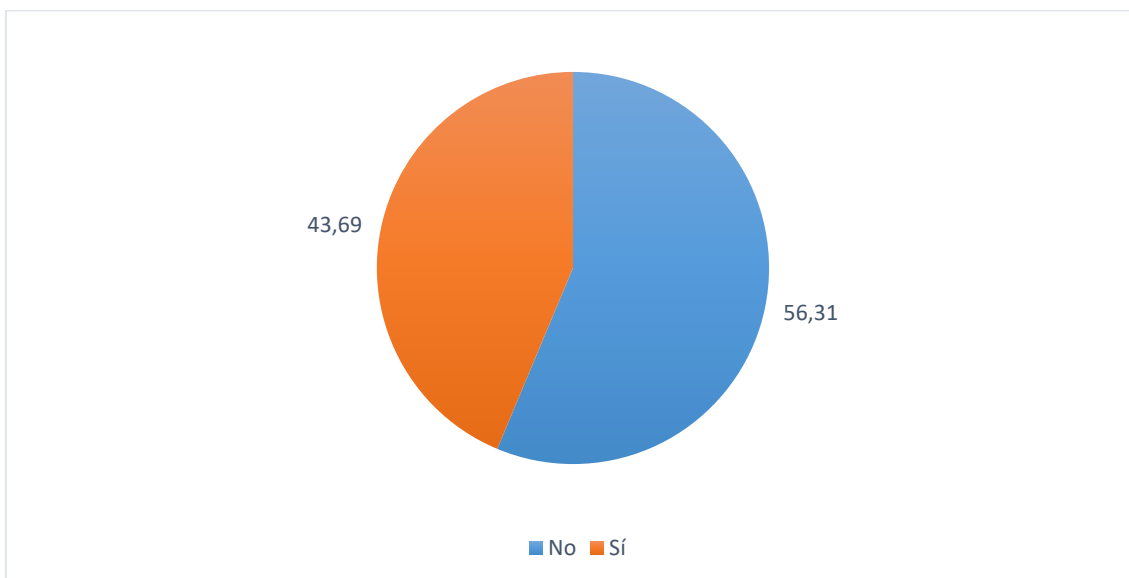
De las tres situaciones de la motivación de la visita, destaca sobre las demás (ver Gráfico 29) el hecho de ser uno de los motivos principales con el 43,16% de los visitantes. En el lado contrario están los que visitan Valladolid por sus procesiones con el 24,16%.

Gráfico 29: Motivación de las procesiones de la Semana Santa para visitar Valladolid



El 43,69% de los visitantes de la Semana Santa de Valladolid, (ver Gráfico 30), repetían su experiencia, ya habían estado en anteriores ediciones. Este porcentaje es bastante elevado, lo que quiere decir que, a los visitantes les gusta su visita y la estancia en Valladolid.

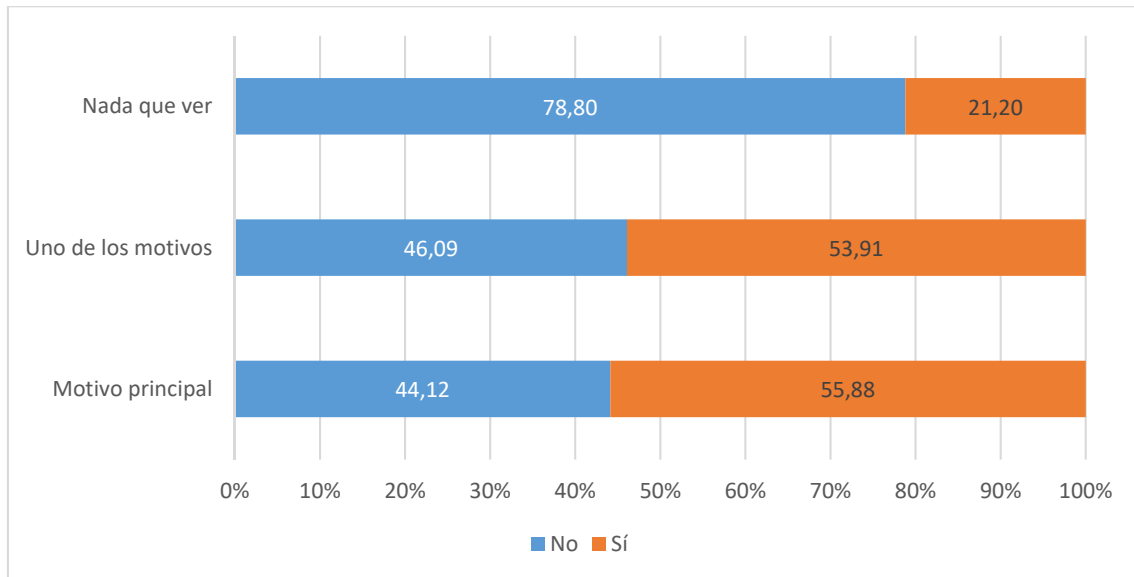
Gráfico 30: Distribución de *Visitantes* según repetición de la visita a la Semana Santa de Valladolid.



Cuando se analizan de manera conjunta las variables motivación y repetición de la visita a Valladolid, en el Gráfico 31 se pone de manifiesto que cuando la Semana Santa es el motivo principal o uno de los motivos de la visita a Valladolid, más de la mitad de los visitantes repiten

la visita en Semana Santa, el 55,88% y el 53,91% respectivamente, mientras que sólo el 21,20% de los visitantes de Valladolid que no vienen por las procesiones repiten su visita.

Gráfico 31: Distribución de los visitantes en función de la motivación y la repetición de la visita



4. ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN Y VALORACIONES

Desde sus orígenes, ya lejanos, hasta la actualidad, la Semana Santa de Valladolid ha sufrido diferentes vicisitudes derivadas del devenir de los acontecimientos, pero también de la evolución del sentir y de las percepciones de los agentes involucrados. Su relevancia como acontecimiento cultural para la ciudad, y el impacto futuro que genere, dependerá de la voluntad de mantener su implicación por parte de cofrades, desde el lado de la oferta, como principal motor que posibilita la puesta en escena, y de público asistente, desde el lado de la demanda, ya sea residente en la ciudad o visitante. En todo caso, la decisión de concurrir vendrá determinada por el nivel de satisfacción percibido. Para los cofrades, porque cabe esperar que una experiencia con alto nivel de satisfacción genere confianza y eleve el compromiso, provocando una mayor implicación. Por lo que se refiere a los asistentes al evento, porque elevados niveles de satisfacción generan relaciones emocionales y de identificación con el acontecimiento cultural, elevando el nivel de cooperación y la fidelidad de los asistentes. En lo que sigue, vamos a exponer las percepciones de los diferentes participantes en la Semana Santa en cuanto a motivaciones, valoración y nivel de satisfacción.

4.1. Cofrades

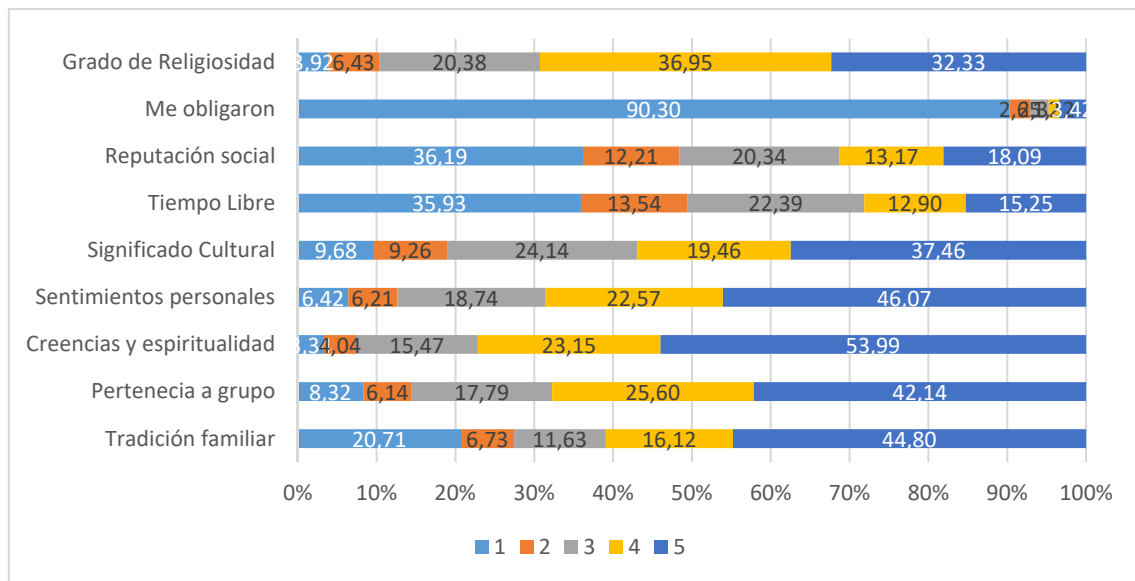
Anteriormente hemos presentado los datos sobre la aportación de los cofrades a la Semana Santa de Valladolid en términos monetarios, y también de tiempo dedicado. En este momento, y teniendo en cuenta, como se ha expuesto anteriormente, que este hecho cultural se soporta en su mayor parte por las aportaciones de los cofrades, nos cuestionamos acerca de su sostenibilidad en el tiempo, basándonos en las percepciones que de este acontecimiento tiene este colectivo. En este sentido, la identificación con el proyecto y el alineamiento entre motivaciones y valor percibido permitiría confiar en su continuidad en el tiempo.

Por lo que se refiere a las motivaciones para participar en la Semana Santa (Gráfico 32), los cofrades reconocen el origen diverso del impulso para su participación, si bien, la motivación más fuerte, en un 53,99% de los encuestados, está vinculada con las creencias y espiritualidad, seguida por los sentimientos personales de autorrealización (46,07%), la tradición familiar (44,80%), la pertenencia a un grupo con el que se identifican (42,14%) y el significado cultural (37,46%). En el extremo opuesto, es decir, las motivaciones que con menos frecuencia se declaran como el impulso más importante en la decisión de participar, son la obligación (3,42%), la disponibilidad de tiempo libre (15,25%) y la reputación social de la cofradía (18,09%). De estos datos se desprende una vinculación de la participación activa con una componente emocional y

otras percepciones asociadas a la identidad cultural y, en menor grado, con impulsos de tipo reputacional o derivados de la oferta de ocio que podrían llevar asociado un mayor grado de variabilidad y una vinculación menos estable con el acontecimiento cultural.

Un aspecto destacable que expande la Semana Santa más allá del hecho religioso, para convertirla en acontecimiento cultural se deriva de la respuesta de los cofrades a la pregunta sobre su grado de religiosidad. Cabe señalar, que el 30,72% de los encuestados calificó su grado de religiosidad en un grado medio o bajo.

Gráfico 32: Motivaciones cofrades y grado de intensidad



Hemos contrastado si existe relación entre la edad y las diferentes motivaciones para participar. El Cuadro 22 muestra que hay diferencias significativas en el grado de religiosidad en función de la edad, siendo éste mayor cuanto mayor es la edad. De las motivaciones referidas, únicamente en la disponibilidad de tiempo libre, el significado cultural y la vinculación con la tradición familiar se encontró una relación entre la frecuencia de las valoraciones y los grupos de edad. Son los grupos de edad extremos, es decir, los de menor y mayor edad, los que más valor conceden a las motivaciones vinculadas a la tradición familiar y disponibilidad de tiempo libre; mientras que en el caso de la motivación asociada al significado cultural son los más jóvenes los que con más frecuencia se identifican con ella, con lo que esto supone de respaldo a la continuidad de este evento que es reconocido con fuerza por los más jóvenes como parte de su identidad cultural.

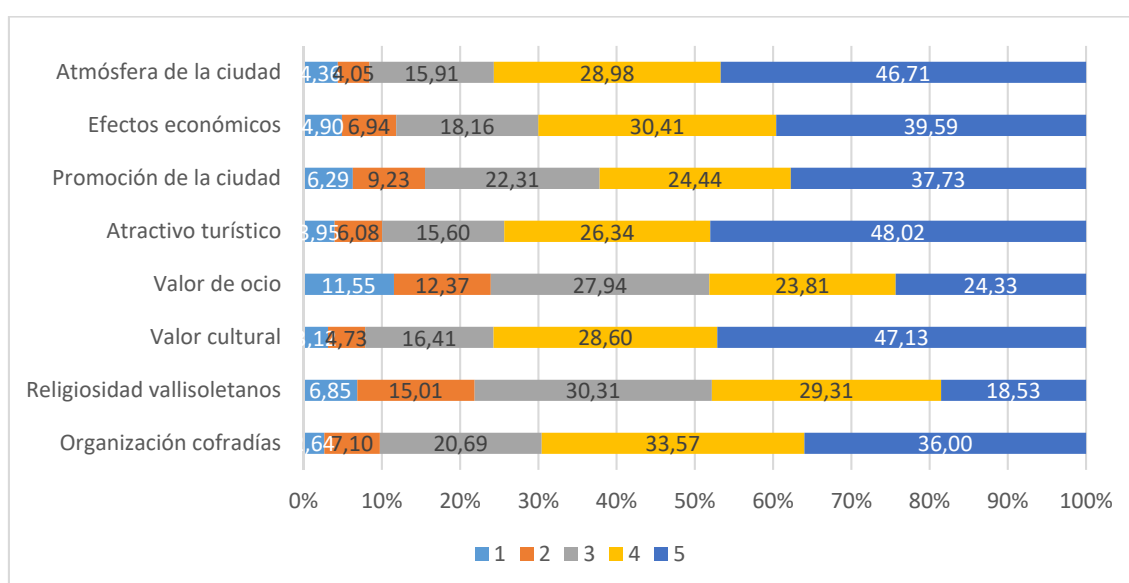
Cuadro 22: Prueba Chi-cuadrada motivaciones-edad (cofrades)

Variable	Estadístico	P-valor
Grado de religiosidad	33,309	0,0312**
Obligaron	24,155	0,2357
Reputación	23,106	0,2836
Tiempo libre	43,021	0,0020***
Significado cultural	31,762	0,0459**
Sentimientos	19,336	0,5001
Creencias	22,982	0,2897
Grupo	15,281	0,7601
Tradicición	43,792	0,0016***

*** Significativo al 1%, ** Significativo al 5% y * Significativo al 10%

Esta misma perspectiva que destaca el valor cultural y de identidad local del acontecimiento se pone de manifiesto en las respuestas a la cuestión sobre la importancia que los cofrades asignan a los diferentes aspectos de la Semana Santa (Gráfico 33). Las contribuciones percibidas como más relevantes para los cofrades tienen que ver con el atractivo turístico inducido por este evento (48,02%), su valor cultural (47,13%) y la atmósfera que se genera en la ciudad (46,71%). Por el contrario, únicamente el 18,53% percibe como aspecto más importante la religiosidad, mientras que solo el 24,33% la identifica como una alternativa para el ocio.

Gráfico 33: Valoración por cofrades de diferentes aspectos de la Semana Santa



De nuevo hemos contrastado si existe relación entre la edad de los encuestados y las valoraciones que los cofrades conceden a los distintos aspectos de la Semana Santa (Cuadro 23). Encontramos una relación entre la frecuencia de las valoraciones y los grupos de edad en el caso de la promoción de la ciudad, el valor de ocio del evento y la religiosidad de los vallisoletanos. Los grupos de edad que más valoran el aspecto religioso del evento son los extremos (mayores de 65 y menores de 25), al igual que ocurre con el valor promocional de la ciudad, mientras que son los jóvenes los que con más frecuencia reconocen un alto valor de ocio del evento, descendiendo este reconocimiento de forma significativa conforme avanza la edad de los encuestados.

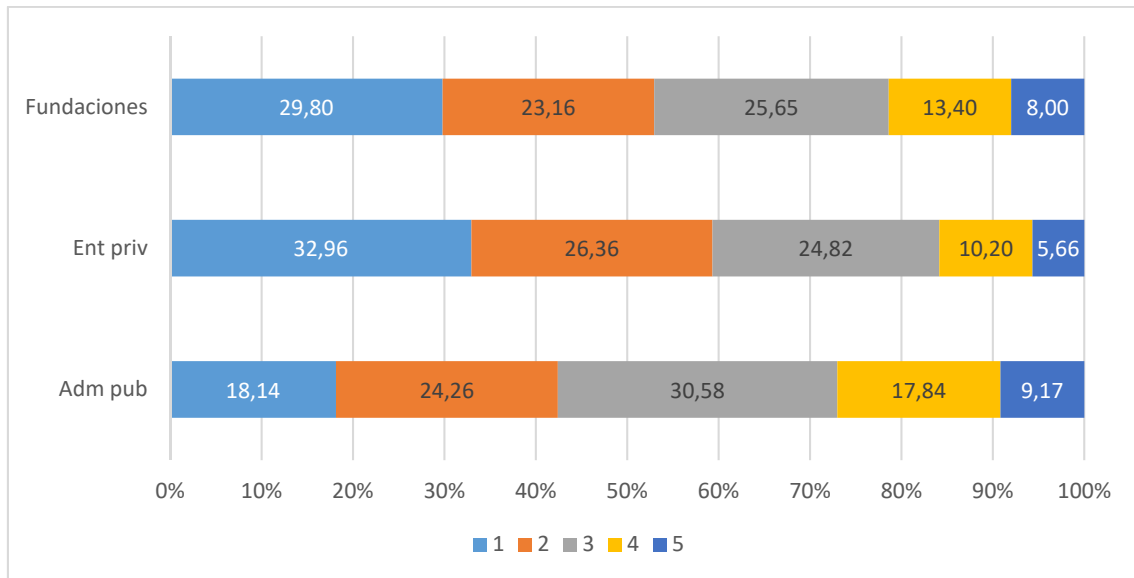
Cuadro 23: Prueba Chi-cuadrada valoración-edad (cofrades)

Variable	Estadístico	P-valor
Atmósfera de la ciudad	17,005	0,6526
Efectos económicos	18,143	0,5780
Promoción de la ciudad	36,804	0,0124**
Atractivo turístico	21,411	0,3733
Valor de ocio	50,419	0,0002***
Valor cultural	25,138	0,1962
Religiosidad vallisoletanos	36,712	0,0127**
Organización cofradías	16,775	0,6676
Valoración general	47,271	0,0005***

*** Significativo al 1%, ** Significativo al 5% y * Significativo al 10%

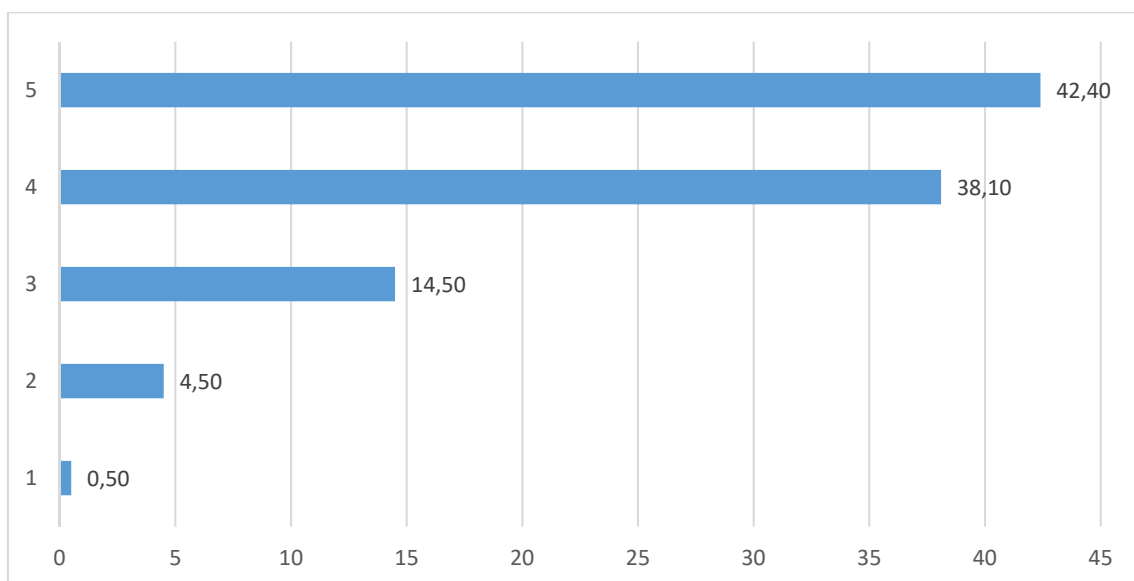
Por lo que se refiere a las percepciones de los cofrades sobre la implicación de los diferentes agentes interesados en la Semana Santa, el Gráfico 34 revela bajos niveles de implicación percibida por parte de entidades privadas, entidades sin fines lucrativos y Administraciones Públicas. En el caso de las Administraciones Públicas, solo el 27,01% de los cofrades percibe un grado alto de implicación. Este porcentaje decae hasta el 21,40% para las entidades sin fines lucrativos y al 15,86% en el caso de las entidades privadas.

Gráfico 34: Percepción cofrades grado de implicación de los agentes involucrados



Finalmente, la valoración general de la Semana Santa de Valladolid como indicador de la satisfacción de los cofrades, que contribuya al mantenimiento del compromiso y de la implicación con el acontecimiento cultural, se muestra en el Gráfico 35. Como puede apreciarse, el 80,50% de los cofrades tienen una valoración general alta de la Semana Santa, lo cual permitiría presagiar un elevado nivel de cooperación y fidelidad en lo sucesivo. En el Cuadro 23 se muestra la existencia de una relación entre la variable edad y la distribución de frecuencias del apartado de la valoración general del evento. En este caso, es el grupo de edad entre 25 y 35 años el que muestra valoraciones menos elevadas del evento.

Gráfico 35: Valoración general cofrades



A modo de resumen, podemos decir que, en general, las motivaciones de los cofrades para la participación activa en la Semana Santa, si bien diversas, se orientan de forma prioritaria a aspectos religiosos y vinculados con la identidad cultural, enmarcándose en este último ámbito también la mayor contribución percibida de este acontecimiento. Por otra parte, aunque el nivel de implicación de los agentes interesados que se percibe es bajo, los cofrades muestran un nivel de satisfacción elevada que favorece su fidelidad y compromiso con este acontecimiento en el futuro.

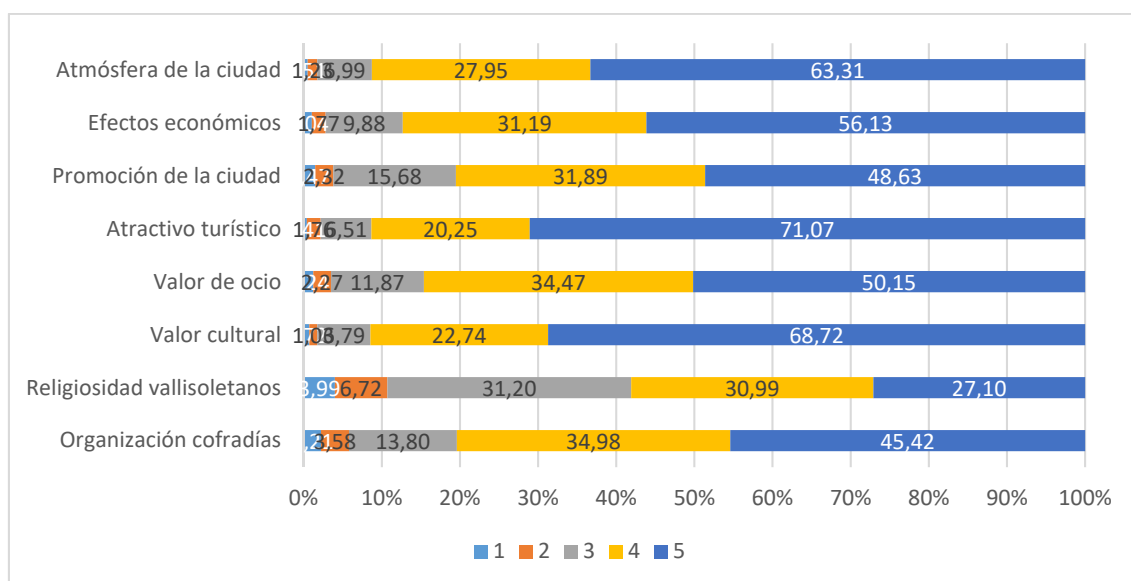
4.2. Residentes

Corresponde en este apartado revisar la percepción de los ciudadanos que, si bien no se implican de manera directa en la organización y puesta en escena de las procesiones, se identifican con la Semana Santa, valoran su contribución a la imagen de la ciudad y disfrutan de los retornos que genera en términos de riqueza y contribución al patrimonio cultural, incluso en el caso de no participar en ninguna de las actividades programadas. Esta perspectiva constituirá, por una parte, una referencia a tener en cuenta desde las instituciones para delimitar el alcance del apoyo institucional y, por otra un indicador de las perspectivas futuras de la Semana Santa.

Por lo que se refiere a la valoración que los residentes hacen de los diferentes aspectos de la Semana Santa, podemos observar en el Gráfico 36, que son las cuestiones relacionadas con el valor cultural y turístico las que obtienen con más frecuencia valoraciones elevadas. Otro aspecto apreciado por parte de los residentes se refiere a la atmósfera que la Semana Santa genera, con lo que esto supone de reconocimiento del valor añadido para la ciudad, así como de la elevada sintonía de los ciudadanos con este acontecimiento cultural y religioso, y de los beneficios percibidos en cuanto contribución al prestigio y la riqueza cultural de la ciudad. En el extremo opuesto encontramos los residentes que coinciden en otorgar altas valoraciones a los aspectos religiosos, que representan tan solo el 27,10% de los preguntados, mostrando la evolución de este acontecimiento desde sus orígenes religiosos a una perspectiva más vinculada a la cultura y la tradición.

Los aspectos más relacionados con cuestiones económicas, tales como, los efectos generados en la estructura productiva de la ciudad, o la contribución a la promoción de la marca ciudad, o incluso el valor como producto de ocio, reciben altas valoraciones por parte de los residentes que reconocen de esta manera la capacidad de este acontecimiento para generar un impacto positivo en el entramado económico urbano.

Gráfico 36: Valoración por residentes de diferentes aspectos de la Semana Santa



Hemos comprobado la relación entre la distribución de edades y frecuencias para los diferentes aspectos de la Semana Santa. El Cuadro 24 muestra la existencia de una relación entre edad y distribución de frecuencias de los aspectos efectos económicos, promoción de la ciudad, atractivo turístico (95% de confianza) y valor cultural (90% de confianza). En este caso, la valoración de los efectos económicos aumenta con la edad, mientras que en lo que se refiere a la promoción de la ciudad es el grupo de edad entre 26 y 35 el que más aprecia este aspecto. En cuanto a los efectos en el atractivo turístico de la ciudad, es el grupo de edad más avanzada el que reconoce mayor valor, al igual que ocurre con la aportación al valor cultural, donde se aprecia claramente un aumento de valoración según avanza la edad.

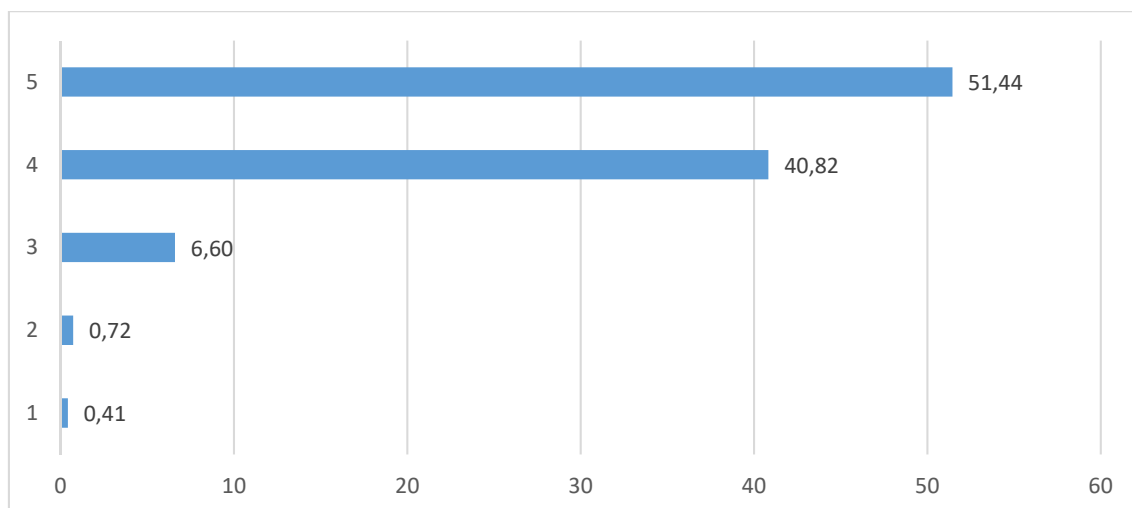
Cuadro 24: Prueba Chi-cuadrada valoración-edad (residentes)

Variable	Estadístico	P-valor
Atmósfera de la ciudad	23,192	0,2795
Efectos económicos	36,565	0,0132**
Promoción de la ciudad	35,366	0,0182**
Atractivo turístico	32,423	0,0390**
Valor de ocio	25,079	0,1984
Valor cultural	28,593	0,0961*
Religiosidad vallisoletanos	24,692	0,2135
Organización cofradías	27,556	0,1203
Valoración general	32,334	0,0399**

*** Significativo al 1%, ** Significativo al 5% y * Significativo al 10%

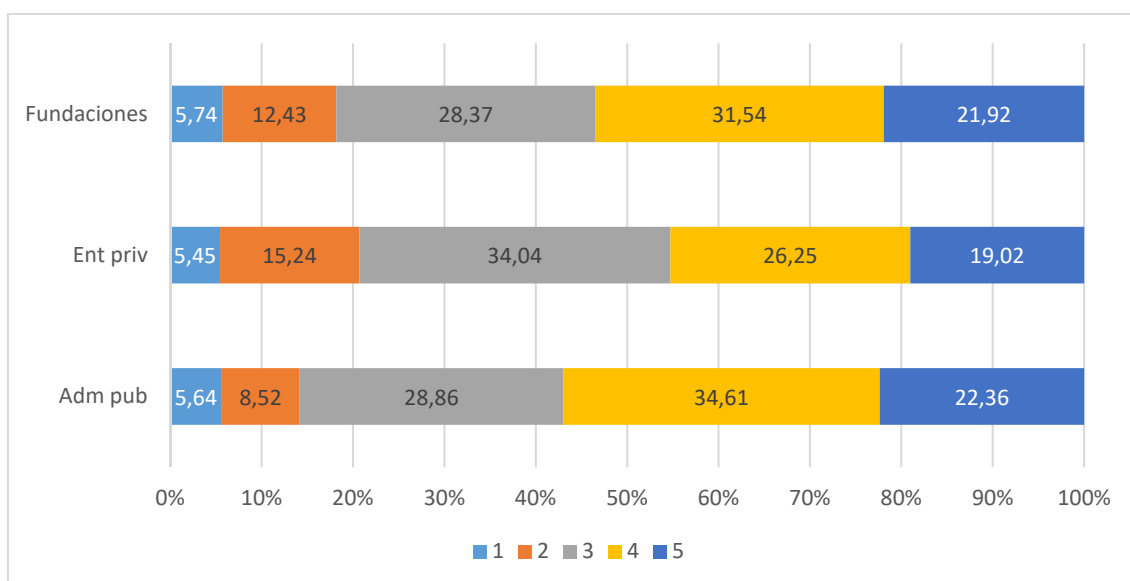
Si bien se aprecian diferencias en cuanto a los aspectos mejor valorados de la Semana Santa, la valoración global del evento para los residentes es unánime, con el 92,26% de respuestas que le conceden una valoración alta o muy alta (Gráfico 37), por encima del 80,50% que asignan los cofrades. En este caso hemos encontrado también diferencias significativas por edades (Cuadro 24), observando una valoración creciente según avanza la edad de los encuestados.

Gráfico 37: Valoración general residentes



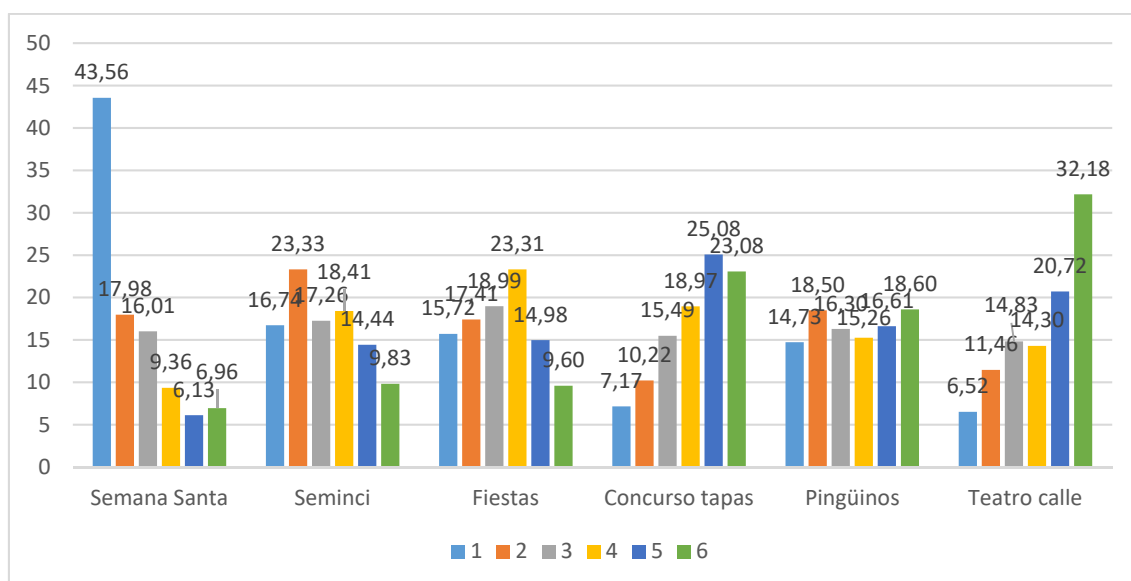
El reconocimiento de la aportación de la Semana Santa como factor de competitividad urbana sitúa a este acontecimiento cultural, a los ojos de los ciudadanos, en una posición merecedora del respaldo de las instituciones públicas en términos de fomento, difusión y apoyo económico. Para analizar las percepciones de los residentes sobre el alcance de este apoyo, se incorporó una pregunta sobre el grado de implicación percibida de las administraciones públicas. En el Gráfico 38 se puede observar que los residentes perciben un grado de implicación alto, y muy alto, en el 56,97% de las respuestas. De la misma manera, en tanto que elemento dinamizador de la economía local, la Semana Santa se convierte en un acontecimiento merecedor del apoyo de entidades privadas. El Gráfico 38 muestra también la percepción de los ciudadanos vallisoletanos sobre el apoyo recibido del entramado empresarial local. Los valores percibidos en este caso son inferiores a los de las administraciones públicas siendo el 45,27% de los encuestados que perciben un grado de implicación alto o muy alto. Por último, se preguntó por el apoyo percibido por parte del sector no lucrativo obteniéndose en este caso una respuesta intermedia entre las dos anteriores, con un 53,46% de encuestados que reconocen una implicación alta o muy alta.

Gráfico 38: Grado de implicación de las instituciones y otras entidades. Opinión de residentes



Finalmente, para estimar el valor de la Semana Santa para los residentes en términos relativos, se sometió a consideración de los encuestados junto a otros eventos masivos e iconos turísticos de la ciudad como son la Semana Internacional de Cine (Seminci), el Festival de Teatro de Calle, el Concurso de Tapas, la concentración motera Pingüinos y las fiestas locales de la Virgen de San Lorenzo. Se pidió a los encuestados ordenar estos eventos por importancia, siendo la posición 1 la de mayor importancia y 6 la de menor importancia. Como se observa en el Gráfico 39, la Semana Santa es el evento que ocupa las posiciones primera y segunda, para el 61,54% de los residentes encuestados. A una distancia considerable le siguen en reconocimiento, la Seminci que recibe preferencias altas y muy altas en el 40,07% de las respuestas y la concentración motera Pingüinos (33,23%). Como se puede observar en el Gráfico 39, Seminci, Fiestas de San Lorenzo y la concentración motera Pingüinos presentan frecuencias similares para todas las ordenaciones, como muestra de las diferentes preferencias de la población, frente a la Semana Santa que concentra el 77,55% de la frecuencia en los tres primeros valores, mostrándose como un evento aglutinador con el que se identifican la mayoría de los residentes. Los eventos del Concurso de tapas y el Festival de Teatro de Calle, comparativamente reciben ordenaciones peores, quizás debido a un reconocimiento relativo también menor.

Gráfico 39: Valoración de eventos locales (residentes)



En cuanto a las diferencias en la ordenación de preferencias, atendiendo a los distintos segmentos de edad, se han encontrado relaciones significativas entre edad y ordenaciones para todos los eventos, excepto el Teatro de calle y Concurso de tapas (Cuadro 25). En el caso de la Semana Santa se produce un incremento muy notable de la preferencia general del evento conforme se incrementa la edad de los encuestados, siendo el grupo de menores de 25 años el que con menos frecuencia siente predilección alta y muy alta. Por el contrario, en el caso de las fiestas de Valladolid y en de la concentración motera Pingüinos, la preferencia por estos eventos va asociada en general con un descenso en la edad de los encuestados. Finalmente, la Seminci es un evento que cuenta con el favor especialmente de los grupos de edad de mayores de 45 y menores de 25.

Cuadro 25: Prueba Chi-cuadrada eventos-edad (residentes)

Variable	Estadístico	P-valor
Semana Santa	70,396	0,0000***
Seminci	41,183	0,0220**
Fiestas	50,086	0,0021***
Concurso tapas	26,332	0,3900
Pingüinos	35,357	0,0819*
Teatro calle	20,608	0,7142

*** Significativo al 1%, ** Significativo al 5% y * Significativo al 10%

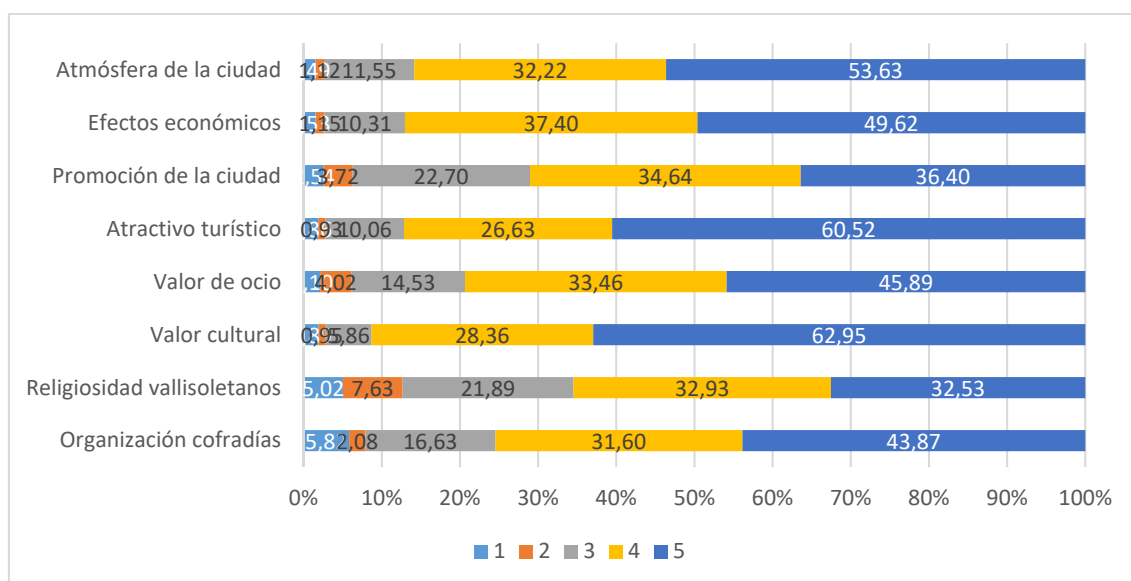
En resumen, podemos decir que, para los residentes en la ciudad de Valladolid, la Semana Santa representa un acontecimiento de enorme relevancia, para el que en su mayoría reconocen la aportación a la imagen de la ciudad y a la cultura local. Además, se aprecia su contribución a la economía local, así como el apoyo que las instituciones brindan al evento.

4.3. Visitantes

El otro grupo implicado en la Semana Santa, desde el lado de la demanda es el de los visitantes que llegan a la ciudad para disfrutar del evento desde otras localidades nacionales e incluso desde otros países. La encuesta consideró la identificación separada de visitantes y residentes con la finalidad de comprobar si existen diferencias en las percepciones de unos y otros. Ambos grupos contribuyen a la pervivencia de este acontecimiento: los residentes con una participación más numerosa, pero un impacto en forma de gasto por participante más limitado; los visitantes, por el contrario, con una mayor contribución unitaria al impacto económico, pero con un volumen de participantes, aunque en aumento, más limitado.

En cuanto a la valoración que hacen los visitantes de los diferentes aspectos de la Semana Santa (Gráfico 40), hay que señalar que coinciden en términos generales con las que hacen residentes y cofrades, si bien se puede apreciar una variabilidad de respuesta mayor, en el caso de los cofrades, que en los grupos de visitantes y residentes. De nuevo los aspectos a los que se concede, con más frecuencia, la mayor importancia, son el valor cultural (62,95%), el atractivo turístico (60,52%) y la atmósfera que se crea en la ciudad (53,63%). Igualmente, el aspecto que con menos frecuencia es mencionado, como más importante, es la religiosidad de los vallisoletanos, aunque en este caso resulta curioso destacar que, de los encuestados, es el grupo de cofrades el que presenta la frecuencia más baja en las valoraciones muy alta (18,53%) y alta (29,31%) (ver Gráfico 33) de este aspecto, mientras que son los visitantes los que más frecuentemente conceden valoraciones muy altas (32,53%) y altas (32,93%).

Gráfico 40: Valoración por visitantes de diferentes aspectos de la Semana Santa



Por lo que se refiere a los aspectos económicos de la Semana Santa, los visitantes les conceden importancia alta y muy alta con menos frecuencia que los residentes, que perciben con más proximidad los efectos económicos en el entramado productivo de la ciudad.

Revisando la frecuencia por edades (Cuadro 26) se aprecia una relación significativa entre edad y distribución de frecuencias para los aspectos: promoción de la ciudad, atractivo turístico, valor de ocio, religiosidad y organización de las cofradías. En todos los casos, excepto en el de promoción de la ciudad, las valoraciones más altas se encuentran en el grupo de edad comprendido entre 35 y 55 años. El aspecto de promoción de la ciudad presenta las mayores frecuencias en valoraciones altas en las categorías de edad más jóvenes (hasta 35 años).

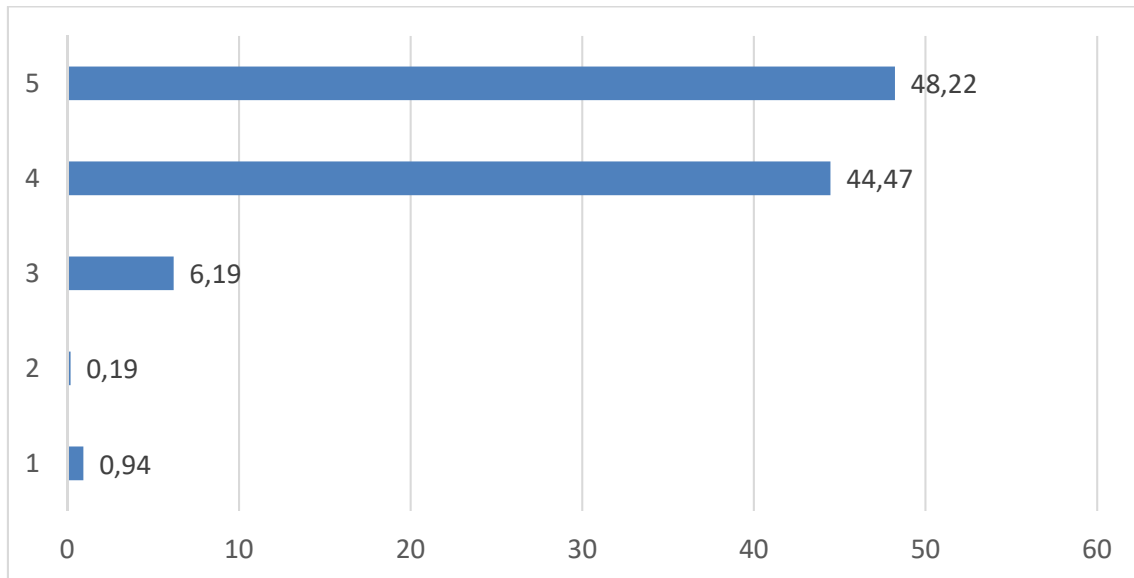
Cuadro 26: Prueba Chi-cuadrada valoración-edad (visitantes)

Variable	Estadístico	P-valor
Atmósfera de la ciudad	28,348	0,1014
Efectos económicos	23,544	0,2629
Promoción de la ciudad	29,379	0,0806*
Atractivo turístico	49,569	0,0003***
Valor de ocio	29,551	0,0775*
Valor cultural	26,496	0,1500
Religiosidad vallisoletanos	60,635	0,0000***
Organización cofradías	44,600	0,0012***
Valoración general	29,156	0,0847*

*** Significativo al 1%, ** Significativo al 5% y * Significativo al 10%

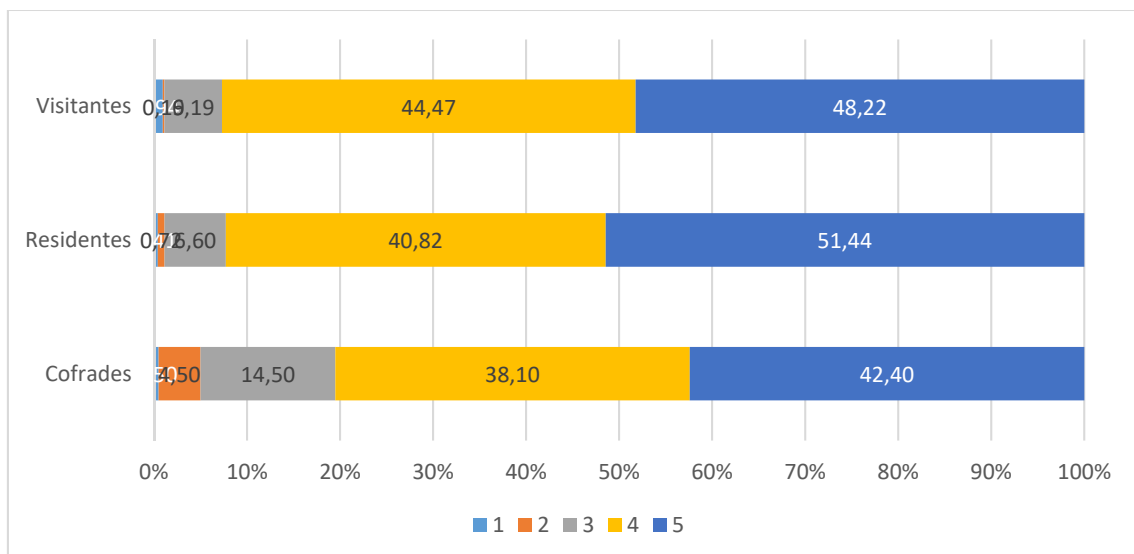
Según se aprecia en el Gráfico 41, la valoración general que hacen los visitantes de la Semana Santa es muy positiva. Prácticamente el 92,69% de los encuestados asignan a este evento una puntuación alta o muy alta. De nuevo, en este caso, hay diferencias significativas entre grupos de edad (ver Cuadro 26), siendo los visitantes comprendidos entre 35 y 55 años los que aportan mayores frecuencias en las valoraciones altas del evento en su conjunto.

Gráfico 41: Valoración general visitantes



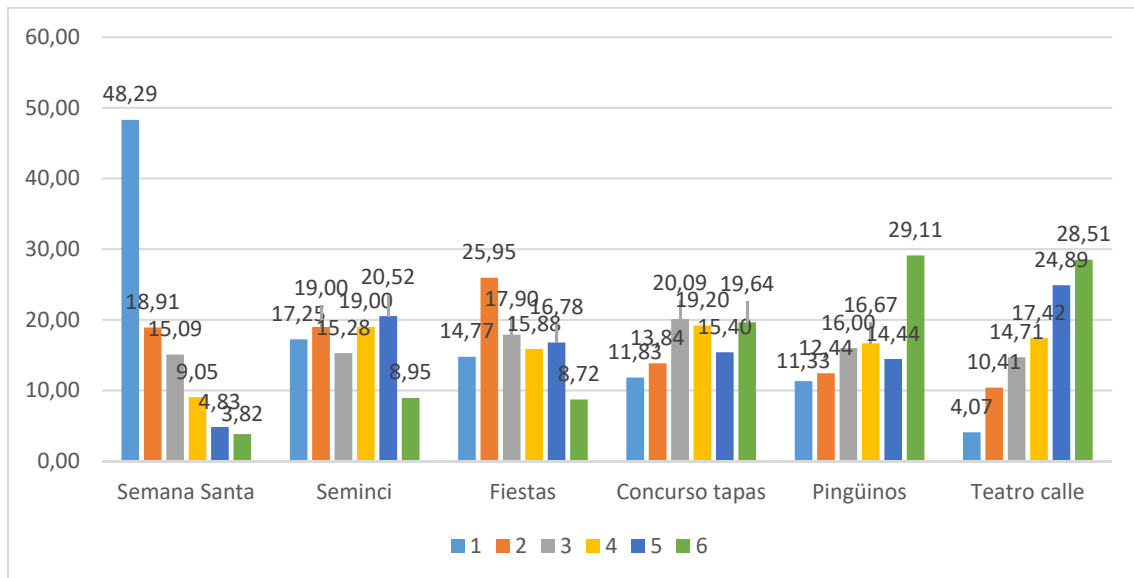
Si ponemos en relación la valoración general efectuada por cofrades, residentes y visitantes (Gráfico 42), se aprecian resultados muy similares en residentes y visitantes, mientras que es el grupo de cofrades el que muestra una visión más crítica del grupo, aunque siempre con resultados altamente positivos.

Gráfico 42: Valoración general comparada cofrades, residentes y visitantes



Al igual que el caso de los residentes, se pidió a los visitantes que valorasen la Semana Santa en relación a otros de los acontecimientos más relevantes en la oferta cultural y de ocio de la ciudad. Para este proceso se pidió a los encuestados ordenar, asignando un valor entre 1 y 6 (1 más importante y 6 menos importante), los siguientes eventos: Semana Santa, Seminci, Fiestas de Valladolid, Concurso de Tapas, concentración Pingüinos, y Teatro de Calle. Como se aprecia en el Gráfico 43 el evento que obtiene calificaciones altas y muy altas con mayor frecuencia es la Semana Santa (67,20%) seguido de las fiestas de Valladolid (40,72%) y de la Seminci (36,25%). Estos resultados son muy similares a los obtenidos para el conjunto de residentes, aunque en ese caso, la segunda posición correspondió a la Seminci, seguida de las fiestas de Valladolid.

Gráfico 43: Valoración de eventos locales (visitantes)



El Cuadro 27 muestra la existencia de relaciones significativas, para el conjunto de visitantes, entre grupos de edad y preferencia de los eventos en todos los casos excepto en la concentración Pingüinos. En el caso de la Semana Santa la predilección más alta está asociada a los grupos centrales de edad y a los mayores de 65 años, mientras que es el grupo de los más jóvenes el que menores frecuencias presenta en los grupos de preferencias alta y muy alta. En el resto de eventos las predilecciones altas tienden a concentrarse en las franjas de edades más reducidas, a excepción de la Seminci que concentra los mayores aprecio en los grupos de edad por encima de 45 años.

Cuadro 27: Prueba Chi-cuadrada eventos-edad (visitantes)

Variable	Estadístico	P-valor
Semana Santa	65,147	0,0000***
Seminci	69,440	0,0000***
Fiestas	45,358	0,0076***
Concurso tapas	42,522	0,0158**
Pingüinos	33,138	0,1276
Teatro calle	38,200	0,0442**

*** Significativo al 1%, ** Significativo al 5% y * Significativo al 10%

Para terminar, podemos decir que la Semana Santa de Valladolid es percibida como un acontecimiento de alto valor tanto para cofrades como para visitantes y residentes, si bien, son los cofrades los más críticos de los tres grupos en cuanto a la valoración general del evento, así como, de los diferentes aspectos particulares. Por otra parte, se puede apreciar que, si su origen fue religioso, en la actualidad se percibe como un evento cultural con el que se identifican los ciudadanos vinculado a la tradición y la idiosincrasia de la ciudad. En cuanto al sostenimiento del evento y el apoyo institucional, las percepciones son diferentes desde el punto de vista de la oferta y de la demanda; los cofrades perciben niveles de apoyo por parte de las entidades públicas y privadas de la ciudad bajos y notablemente inferiores a los percibidos por los residentes. En cuanto a la posición de la Semana Santa en la oferta cultural de la ciudad, podemos decir que se sitúa como el acontecimiento más valorado tanto por residentes como por visitantes.

INFORME EJECUTIVO

La Semana Santa de Valladolid puede definirse como un **bien cultural complejo** sobre la base de tres dimensiones. Primero, es una festividad de carácter religioso, una celebración colectiva, un evento con respaldo cultural innegable y un factor de atracción turística. En segundo lugar, en términos de acotación de un bien cultural, se trata de un espectáculo escénico en vivo y de carácter efímero, una expresión de patrimonio cultural inmaterial, de patrimonio artístico de gran calidad y un medio de creación cultural y musical. Por último, en los aspectos de organización, se basa en la tradición heredada de una iniciativa colectiva (cofradías y cofrades), con apoyo institucional, para promover un evento de amplia participación e impacto.

Esta noción compleja implica una organización múltiple y original donde la interacción de los distintos agentes, individuos e instituciones implicadas dan lugar fundamentalmente a tres flujos esenciales. Primero, el **esfuerzo cofrade**, entendido como voluntad organizativa y de financiación de las hermandades y cofradías de la Semana Santa de Valladolid, que de una manera prolongada en la historia han hecho pervivir y valorizar este evento de naturaleza originariamente religiosa y corporativa, pero de gran impronta cultural acumulada. Su acción se basa lógicamente en la voluntad corporativa individual de los cofrades, que son la base de sostenimiento, tanto financiero, como de colaboración organizativa, cooperación caritativa, así como del mantenimiento de la tradición cultural inmaterial y la custodia del patrimonio artístico religioso. A ello se une la función del consejo comunal de hermandades, representado en la actualidad por la Junta de Cofradías. En segundo lugar, tenemos el **esfuerzo institucional**, eminentemente del Ayuntamiento de Valladolid que atiende y fomenta uno de los eventos colectivos más importantes de la ciudad, así como la Diputación de Valladolid y la Junta de Castilla y León, y otras instituciones públicas y privadas implicadas en alguno de los actos de la Semana Santa o en su mecenazgo. El papel de todas estas instituciones es creciente en los últimos años, debido a las externalidades que un evento de estas características procura en la actualidad (impacto económico, reclamo turístico, fomento productivo, branding territorial, etc.), pero prevalece esta forma organizativa original de provisión de un bien público en régimen de recurso común, sostenido y pervivido fundamentalmente por la iniciativa individual y de corporaciones colectivas de régimen privado. Por último, de esta celebración compleja, intensiva y efímera en el tiempo, se deduce otro de los flujos económicos principales como es el **impacto de la participación**, cuyo monto económico no se limita al esfuerzo organizativo, sino también al efecto inducido por el gasto de residentes y, sobretodo, de visitantes a la ciudad durante esos días, así como el efecto multiplicador de todos estos flujos en el resto del sistema productivo local.

El objetivo de este estudio ha sido estimar el impacto económico de la celebración de la Semana Santa de Valladolid sobre la economía local y regional en términos de actividad económica, es decir, el cómputo del flujo de demanda efectiva generado por la organización, desarrollo y disfrute de este evento cultural y religioso. Se toma como año de referencia la celebración en 2023, una edición en tiempo normalizado tras la pandemia, y en circunstancias climatológicas no adversas, de modo que la celebración del evento se ha producido sin anomalías destacables. Se aplica la metodología de los *estudios de impacto económico* basada en la acotación y estimación de tres tipos de efectos: *efectos directos*, asociados al gasto de las instituciones encargadas de la organización de la Semana Santa o agentes productores del evento; *efectos indirectos*, relativos a la asistencia y participación en las procesiones de Semana Santa, tanto de residentes de la ciudad, como de sus visitantes; y *efectos inducidos*, derivados de los efectos de arrastre o multiplicadores de los gastos anteriores sobre el tejido productivo local. Se observan una serie de precisiones metodológicas, como la imputación del gasto final de las instituciones involucradas (evitando doble contabilización de flujos), gasto ad hoc (focalizado en la celebración y organización del evento), gasto ex novo (gasto extraordinario y no sustitutivo de otras funciones), gasto in situ (realizado en Valladolid) y gasto afín (ponderación de efectos indirectos en función de la afinidad a la motivación de asistencia a la Semana Santa). Para la realización del estudio del impacto económico se efectuaron cuatro encuestas de campo diferentes (cofradías, cofrades, residentes en Valladolid, y visitantes a la ciudad de Valladolid durante la Semana Santa), además de diferentes cuestionarios a los agentes institucionales involucrados en la organización. Del mismo modo se contó con la colaboración de la Policía municipal para el cómputo de aforos y de la Dirección General de Turismo de la Junta de Castilla y León para los datos de ocupación hotelera en Semana Santa. Para el cómputo de multiplicadores de gasto, se utilizaron las Tablas Input-Output de Castilla y León de 2016.

El *cómputo del efecto directo* de la celebración de la Semana Santa de Valladolid asciende a **1.485.064,80 euros**, que se reparte entre un 25,40% el Ayuntamiento de Valladolid, 13,20% la Junta de Cofradías, 29,82% las cofradías y hermandades, y un 31,59% el gasto particular de los cofrades en la preparación de la Semana Santa. Puede decirse que las tres cuartas partes del gasto directo total están administrados y ejecutados, por tanto, a iniciativa privada de cofrades y sus corporaciones organizativas; aun cuando, si consideramos la imputación de las subvenciones públicas canalizadas por estos organismos, podríamos decir que, **de cada 10 euros de gasto directo, 3,5 son fondos públicos, y 6,5 son financiación de origen individual o privada.**

Por lo que se refiere los *efectos indirectos*, aludimos al gasto realizado ex profeso, extraordinario y afín, tanto de residentes de Valladolid, como de cofrades entendidos como

público, y visitantes de la ciudad durante los días de Semana Santa, donde a su vez distinguimos entre excursionistas (viajes de un día), turistas (pernoctación en alojamientos de pago) y viajeros (pernoctación en vivienda propia, de familiares u otras). Para el cálculo de los efectos indirectos, la primera estimación necesaria se refiere al cómputo de los **asistentes totales o aforo de la Semana Santa** de Valladolid en 2023 que ascendieron a un total de **661.263 personas** durante los 10 días de celebración (de Viernes de Dolores a Domingo de Resurrección). De ellos, un 76,78% fueron residentes de la ciudad, a los que añadimos un 8,22% de cofrades entre el público; y un 15,00% de visitantes de fuera de Valladolid. Entendiendo que estos espectadores asisten a distintos actos durante la Semana Santa, conviene acotar el **número de espectadores distintos**, que se estiman en **87.345 personas**, siendo un 67,87% residentes, 7,47% cofrades, y 24,66% visitantes externos. Entre los visitantes, la mayor parte pernoctan algún día (51,7% turistas y 21,7% viajeros), pero los excursionistas son también una porción importante (20,6%).

La cifra total **gasto imputado a los visitantes asciende a 7.413.268,68 euros**, de los cuales el 71,28% corresponde al gasto de turistas, 23,81% a viajeros y 4,91% a excursionistas. Las partidas de gasto más importantes son la de restauración (41,55%), alojamiento (26,42%), y compras (14,32%). El gasto medio ponderado y afín a la Semana Santa como motivación principal del viaje asciende a **344 euros por visitante**, y en particular, para las personas que pernoctan en alojamientos de pago, **474 euros por turista**. El gasto extraordinario de cofrades entendido como público asistente y durante los días de celebración se estima en 1.053.657,00 euros, siendo la partida más importante la de restauración (62,56%). Por último, el gasto ex novo, no sustitutivo, in situ y afín a la Semana Santa por parte de ciudadanos de Valladolid alcanzan los 2.131.110,36 euros, de los cuales el 60,49% se refieren a servicios de restauración, aunque también son relevantes las partidas de compras y donativos. En suma, la **estimación del impacto económico indirecto** de la participación de estos tres agentes en la Semana Santa de Valladolid 2023 alcanza la cifra de **10.598.036,04 euros**. La estructura del gasto asigna, lógicamente, la mayor parte al gasto de los visitantes (69,95% del total), aun cuando el **gasto indirecto de residentes en Valladolid** (tanto ciudadanos, como cofrades entendidos como público) alcanza una **cifra relevante del 30,05% del efecto indirecto**.

Por lo que se refiere a los **efectos inducidos**, estos son los efectos secundarios producidos por los gastos anteriores –directos e indirectos– sobre el tejido productivo local; es decir, los efectos de arrastre de los gastos de organizadores y participantes en la Semana Santa sobre otras actividades económicas, y son estimados a través de coeficientes multiplicadores input-output específicos de cada sector. De este modo, los **efectos inducidos netos** del impacto de la Semana Santa suponen **8.965.920,48 euros**.

En resumen y como agregación de los tres tipos de efectos (directo, indirecto e inducido), puede concluirse que el **impacto económico total de la celebración de la Semana Santa** de Valladolid en 2023, entendido como incremento extraordinario de la demanda efectiva de bienes y servicios asociados a esta celebración, supone una cifra de **21.069.021,32 euros**. De este volumen total de impacto: un **7,05% son gastos directos** asociados a la organización y puesta en marcha de la celebración religiosa y cultural por parte de los agentes involucrados (esfuerzo cofrade e instituciones de apoyo); un **50,30% se imputa a los gastos indirectos** derivados de la participación en el evento, tanto de cofrades y residentes, entendidos como espectadores, como de visitantes de fuera de la ciudad (turistas, viajeros y excursionistas); y finalmente un **42,65% representan los efectos inducidos** o de arrastre sobre el resto del sistema productivo local.

Desde una perspectiva complementaria, podría decirse que la celebración de la Semana Santa en Valladolid significa una entrada neta de gasto efectivo extraordinario de 12.083.100,84 euros (gastos organizativos y gastos inducidos por la participación), que suponen finalmente un impacto total de 21.069.021,32 euros, es decir, que el gasto se multiplica por 1,75 veces, lo que supone prácticamente el doble. Lógicamente, la mayor parte del impacto se debe a los gastos indirectos de asistencia al evento protagonizados por visitantes y residentes, que impactan con un 60,99% y 18,24% respectivamente en el efecto total. Si nos detenemos particularmente en el impacto de las acciones de organización y puesta en marcha de este evento cultural complejo, los resultados implican concluir que **de cada 10 euros invertidos** en la Semana Santa (de los cuales 6,5 corresponden al esfuerzo cofrade, individualizado y corporativo; y 3,5 son esfuerzo institucional), **se generan 141,8 euros de impacto total para la economía local**, o sea, casi **15 veces más**. Los sectores económicos más afectados por la celebración de la Semana Santa son claramente los relacionados con la actividad turística (hostelería, restauración y transporte), el sector de comercio al por menor, pero también los servicios culturales, servicios públicos y servicios a las empresas.

Un análisis más pormenorizado de los distintos flujos de agentes sobre el impacto total, implica concluir que, en primer lugar, el **esfuerzo cofrade completo** (gasto directo de cofradías, cofrades y Junta de Cofradías, más el gasto indirecto de los cofrades cuando ejercen de público asistente), representa el **18,22% del impacto total de la Semana Santa**. En segundo lugar, el **impacto del gasto de residentes locales** (excluidos los cofrades), o sea, simples espectadores de la ciudad de Valladolid a los que imputamos un gasto extraordinario según la afinidad a su motivación a permanecer en Valladolid en esas fechas, representa el **18,24% del impacto total**. Si añadimos la imputación de los cofrades como espectadores (9,11%), estaríamos hablando de un impacto conjunto del 27,35%. Esto afianza el **papel de los ciudadanos de Valladolid como**

público espectador, que genera un impacto económico ex novo muy significativo y pueden considerarse como una parte de la **co-producción del espectáculo**. Por último, tenemos la partida más importante del impacto total, que es el **gasto inducido por los visitantes foráneos** a la Semana Santa que, con sus consumos en transporte, alojamiento, restauración y compras, representan un efecto de **12.849.706,35 euros, el 60,99% del impacto total**. Este resultado refuerza el argumento de considerar la Semana Santa como un **factor muy importante de atractivo turístico de la ciudad**.

La **caracterización socioeconómica** y de comportamientos de los participantes en la Semana Santa de Valladolid se deduce de los datos recopilados en las encuestas realizadas. Los resultados nos llevan a suponer una cierta paridad de género en los participantes, aun cuando entre los cofrades hay una ligera inclinación al peso de los hombres (56,93%), reflejando la idea de que en las cofradías aun predomina el sexo masculino, pese al incremento de la afiliación femenina en los últimos años. El **promedio de edad** de los encuestados es muy similar en las tres muestras, oscilando entre los **41,69 años de los cofrades, los 43,20 de los residentes, y los 44,84 de los visitantes**, aunque cabe denotar que el grupo de edad entre 25 años o menos es proporcionalmente mayor entre el grupo de cofrades. En lo referente al nivel de estudios, se denota ligeramente un **grado de formación mayor entre visitantes y residentes**, en tanto que en los cofrades resalta el porcentaje de encuestados con estudios primarios y bachillerato, probablemente debido al grado de juventud en la afiliación. La categoría más frecuente del trabajo desempeñado por los encuestados, es la de empleado (58,15% en cofrades, 58,94% en residentes y 64,53% en visitantes); en segundo lugar, destacan los estudiantes en los grupos de cofrades (15,39%) y residentes (13,99%). Sin embargo, en la encuesta de visitantes, este segundo puesto lo ocupan los jubilados (11,41%). Por último, en lo que respecta a los ingresos mensuales netos, las características son muy similares en entre cofrades y residentes. En ambos casos predominan las retribuciones de hasta 2.200 euros (76,95% y 79,27% respectivamente), destacando como más frecuentes los estratos entre 801 y 1.600 euros y de 1.601 a 2.200 euros. Se observa un **nivel de ingresos superior entre los visitantes**, donde la categoría más habitual es la de 1.601 a 2.200 euros (30,10%), seguida de la categoría de 801 a 1.600 euros (24,47%) y de 2.201 a 2.800 euros (23,11%).

En cuanto al comportamiento de los espectadores, los **residentes** declaran asistir a un **promedio de 8,56 procesiones** durante la Semana Santa, los cofrades entendidos como público casi el mismo número, 8,33 procesiones en media; mientras que los **visitantes** atienden a una **media de 4,60 procesiones en los días de visita**. En otras palabras, los habitantes de Valladolid (residentes y cofrades) ven, de media, casi el doble de procesiones que los visitantes. Los días fuertes de participación en la Semana Santa son el Jueves Santo y el Viernes Santo con una gran

afluencia de público, pues en estos dos días, aproximadamente el 70% de los residentes y el 53% de los visitantes manifiestan su intención de ver procesiones. En ambas encuestas, el día con menor afluencia prevista fue el Viernes de Pasión. Por último, en cuanto a la cantidad de procesiones vistas, es muy relevante que el 57,88% de los cofrades, el 70,03% de los residentes y el 82,49% de los visitantes hayan afirmado ver entre 1 y 10 procesiones.

La **población de cofrades** se cifra en torno a **11.704 afiliados en un total de 20 cofradías**. De todos ellos, el 55,75% (6.525 cofrades) se pueden considerar **hermanos activos** en el sentido de que participan en alguna procesión durante la Semana Santa; el 11,99% (1.404 cofrades) son **hermanos colaboradores**, es decir, que participan habitualmente en la organización de la Cofradía o Hermandad en la preparación de la Semana Santa, en ensayos, etc.; y el 2,57% (278 cofrades) forman parte **hermanos en bandas musicales**. La cuota media anual de afiliación a las cofradías vallisoletanas asciende a 34,41 euros, siendo la cuota más habitual entre las Cofradías de 30 euros. Los cofrades asisten como espectadores a muchas procesiones: el 36,57% ve entre 1 y 5 procesiones; el 21,31% ve entre 6 y 10 procesiones y el 26,86% ve más de 11 procesiones durante la Semana Santa. Por otra parte, los cofrades participan explícitamente en distintas procesiones, particularmente las de su cofradía y otras, registrando una media de 4,60 procesiones por hermano activo. Las tres procesiones con una participación más numerosa de cofrades son, lógicamente, la Procesión General de la Sagrada Pasión del Redentor (3.576 hermanos), la Procesión de las Palmas (1.621) y la Procesión del Encuentro de Jesús Resucitado con la Virgen de la Alegría (1.616). El número total de cofrades que salieron en todas las procesiones alcanzó los 16.387 (14.719 cofrades y 1.668 miembros de bandas), lo que nos da una media de 431 participantes por procesión (387 cofrades y 44 miembros de bandas). Para terminar con la caracterización de la participación de los cofrades en Semana Santa, hemos estimado que el tiempo dedicado a diversas actividades de la cofradía a lo largo del año (gestión, preparación de pasos, ensayos, etc.) asciende a 114,64 hora al año, aunque esta media registra una gran desviación típica. Por lo que se refiere a las contribuciones monetarias por encima de su cuota como cofrade, es decir, donativos, limosnas y otras contribuciones, la aportación media declarada fue de 73,25 euros al año, también con una gran desviación típica entre los valores registrados.

Por lo que se refiere a la **muestra de residentes**, además de los datos de participación y caracterización sociodemográfica ya señalados, cabe indicar que el 19,88% de los encuestados manifiesta que la Semana Santa es una de las razones fundamentales para permanecer en Valladolid durante esos días, mientras que un 29,15% lo declaran como uno de entre más motivos. En estos grupos, además, más del 72% de los casos afirman que la Semana Santa influye en sus gastos, aumentando durante el período.

En cuanto a la caracterización de la **muestra de visitantes**, además de los rasgos socioeconómicos y de participación en procesiones ya reseñados, los resultados indican que el número medio de días de permanencia en Valladolid es de tres (19,54% de los encuestados), mientras que lógicamente los excursionistas registran un solo día. Un dato destacable es el hecho de que el 5,51% de los visitantes afirmaron que estarían en Valladolid los 10 días que dura la Semana Santa. En cuanto al origen de los visitantes, un 16,87% provienen de la provincia de Valladolid, un 18,12% del resto de Castilla y León. La mayoría proviene del resto de España (52,75%), destacando eminentemente los procedentes de la Comunidad de Madrid (21,71% del total), y luego los visitantes de Castilla La Mancha, Galicia, Andalucía y Cataluña, con un peso aproximado de un 5% del total para cada una de estas Comunidades Autónomas. Por lo que se refiere a los visitantes extranjeros, estos suponen un 12,26% del total, predominando los procedentes de Italia, Brasil, México, Alemania, Francia y Portugal, por este orden. El medio de transporte habitual es el coche (59,68%), seguido del tren (20,07%) y el alojamiento más frecuente son los hoteles (36,41%) seguido de casa familiar y de amigos (19,72%) y apartamentos y viviendas de uso turístico (9,41%). Recordemos que el 51,69% de los visitantes eran turistas que realizaban gasto por pernoctación. Si nos restringimos a este tipo de visitante, su opción de hospedaje mayoritaria es el hotel (70,45%), y en segundo lugar los apartamentos y viviendas de uso turístico (18,21%). Las procesiones de Semana Santa son el motivo principal del viaje para el 24,16% de los visitantes, y entre ellos, el 55,88% constituye una experiencia repetida, lo cual prueba la importancia de la lealtad de la visita y la afinidad de la motivación, por parte de un grupo muy relevante de visitantes.

Por último abordamos el **análisis de satisfacción de los distintos agentes involucrados**, un aspecto crucial para la pervivencia y continuidad de este evento cultural complejo a largo plazo: para los cofrades, porque cabe esperar que una experiencia de alto nivel de satisfacción genere confianza y eleve el grado de compromiso y la implicación; para los visitantes, porque la satisfacción genera relaciones emocionales y de identificación, luego por tanto de fidelidad al evento religioso y su significado cultural y turístico. Sobre estas premisas, se han estudiado, en primer lugar, las **motivaciones más importantes para participar en la Semana Santa por los cofrades**, donde se vincula en su mayoría a las razones de creencias y espiritualidad (53,99% de los encuestados), sentimientos personales de autorrealización (46,07%), tradición familiar (44,80%) y grado de pertenencia a un grupo con el que se identifican (42,14%). Son menos valorados los motivos de reputación social, disponibilidad de tiempo libre y obligación a la pertenencia. De estos datos se desprende una vinculación de la participación activa con una componente emocional y significado de identidad cultural acumulada y, en menor grado, con impulsos de tipo reputacional o derivados de usos de ocio. No obstante, un dato relevante es

constatar que un 30% de los encuestados cofrades manifiestan que su grado de religiosidad es de nivel medio o bajo, de manera que resalta el significado de la Semana Santa como valor cultural e identitario. Esta misma perspectiva que destaca el valor cultural y de identidad local del acontecimiento se pone de manifiesto en las respuestas sobre la importancia que los cofrades asignan a distintos aspectos de la Semana Santa: atractivo turístico (48,02%), valor cultural (47,13%) y la atmósfera que se genera en la ciudad (46,71%). Por el contrario, únicamente el 18,53% percibe como aspecto más importante la religiosidad, y solo el 24,33% identifica el evento como una alternativa para el ocio. El nivel de implicación de las distintas instituciones públicas y privadas es percibido como bajo por parte de los cofrades. Sin embargo, muestran un nivel de satisfacción elevada del conjunto de la Semana Santa (valoración máxima asignada por un 42,40% de la muestra), lo que presagia un elevado nivel de cooperación y compromiso con este acontecimiento en el futuro.

En cuanto a la **percepción de los residentes** respecto de la Semana Santa, valoran fundamentalmente las cuestiones relacionadas con el valor cultural y turístico, y, en segundo lugar, la atmósfera que se crea en la ciudad y la contribución al prestigio y riqueza cultural de la ciudad de Valladolid, mientras que conceden menor importancia a los aspectos religiosos. La valoración general del evento es unánime entre los residentes, con el 92,26% de rangos alto y muy alto, por encima del 80,50% que se registra en el grupo de cofrades. El grado de implicación que perciben de las instituciones es alto y muy alto en el 57% de las respuestas. Finalmente, el grado de valoración entre otros iconos turísticos de la ciudad, la Semana Santa ocupa las posiciones primera y segunda para el 61,54% de los encuestados, seguido a una distancia considerable el reconocimiento asignado a la Seminci (40,07% de respuestas), la concentración motera de Pingüinos (33,23%) y las fiestas patronales de la Virgen de San Lorenzo (33,13%). En resumen, podemos decir que, para los residentes en la ciudad de Valladolid, la Semana Santa representa un acontecimiento de enorme relevancia, para el que en su mayoría reconocen la aportación a la imagen de la ciudad y a la cultura local. Además, se aprecia su contribución a la economía local, así como el apoyo que las instituciones brindan al evento.

Por último, respecto de la **valoración de la Semana Santa por los visitantes**, adjudican mayor importancia a los aspectos de valor cultural (62,95% de las respuestas), atractivo turístico (60,52%) y atmósfera de la ciudad (53,63%). La valoración en conjunto de la Semana Santa es muy positiva, prácticamente el 92,69% de los encuestados visitantes asignan puntuaciones altas o muy altas. Este dato es comparable, en parte con la evaluación de los residentes, sin embargo, la visión más crítica, si cabe, es la de los cofrades, aunque siempre con resultados altamente positivos. Para los visitantes, la Semana Santa es el factor turístico primordial de Valladolid,

seguido, en este caso, por las fiestas de Valladolid y la Seminci, y posteriormente los concursos de tapas y la concentración Pingüinos, y finalmente el festival de teatro de calle.

BIBLIOGRAFÍA

- Analistas Económicos de Andalucía (2009). Semana Santa. Efectos socioeconómicos de la Semana Santa en la ciudad de Córdoba. Agrupación de Hermandades y Cofradías, Córdoba.
- Barajas, A., Lago-Peñas, S., and Sanchez, P. (2014). 'On the regional economic effects of the Pope's journeys: evidence from the visit to Santiago de Compostela in 2010', *Tourism Economics*, Vol 20, No 2, pp. 279-299.
- BOP Consulting (2023). Economic Impact of the Edinburgh Festivals. Final Report.
- Bowitz, E. y Ibenholt, K. (2009). Economic impacts of cultural Heritage – Research and perspectives. *Journal of Cultural Heritage*, 10(1), 1-8.
- Cátedra de Estudios Cofrades (2018). Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes a la Semana Santa de Málaga 2018. Universidad de Málaga, Málaga.
- Cerejeira, João, Isabel Correia, e Sílvia Sousa (2021). «A Semana Santa de Braga: Impacto Económico, Perfil do Visitante e Satisfação». Em *Culturas e Turismo: Reflexões Sobre o Património, as Artes e a Comunicação Intercultural*, por Moisés De Lemos Martins e Rosânia Da Silva, 125–35, 1ª ed. UMinho Editora/CECS, 2021.
- Colegio de Economistas de la Región de Murcia (2021). Análisis de impacto económico y socio-cultural de la Semana Santa en el municipio de Lorca (Murcia). Fundación Santo Domingo Paso Blanco, Lorca.
- Crompton, J.L. (2006). Economic Impact Studies: Instruments for Political Shenanigans? *Journal of Travel Research*, 45(1), 67-82.
- Crompton, J.L., Lee, S. y Shuster, T.J. (2001). A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example. *Journal of Travel Research*, 40(1), 79-89.
- Cuadrado, J.R. y A. Arranz (1996). Los impactos económicos del turismo desde la perspectiva del análisis input-output. En A. Pedreño y V. Monfort (eds.), *Introducción a la Economía del Turismo en España* (págs. 181-216). Civitas, Madrid.
- Devesa, M. (2006). *El impacto económico de los festivales culturales. El caso de la Semana Internacional de Cine de Valladolid*. Fundación Autor, Madrid.
- Devesa, M., Báez, A., Figueroa, V. y Herrero, L. (2012). Repercusiones económicas y sociales de los festivales culturales: el caso del Festival Internacional de Cine de Valdivia. *Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, 38(115), 95-115.

- Edwards, D., Foley, C., Dwyer, L., Sclenker K., and Hergesell, A. (2014). 'Evaluating the economic contribution of a large indoor entertainment venue: an inscope study', *Event Management*, Vol 18, No 4, pp. 407-420.
- Grefte, X. (1990). *La valeur économique du patrimoine. La demande et l'offre de monuments*. Anthropos, París.
- Herrero Prieto, L.C., Sanz Lara, J.A., Bedate Centeno, A., Devesa Fernández, M. y Del Barrio Tellado, M.J. (2004): *Turismo Cultural e Impacto Económico de Salamanca 2002, Ciudad Europea de la Cultura*. Civitas, Madrid.
- Huang, H., Mao, L.L., Kim, S.S., and Zhang J.J. (2014). 'Assessing the economic impact of three major sport events in China: the perspective of attendees', *Tourism Economics*, Vol 20, No 6, pp. 1277-1296.
- Jago, L. y Dwyer, L. (2006). *Economic evaluation of special events: A practitioner's guide*, Common Ground Publishing Pty. Ltd, Altona, Australia.
- Lafuente Sánchez, V., Devesa Fernández, M. y Sanz Lara, J.A. (2017). Economic impact of a religious and tourist event: A Holy Week celebration. *Tourism Economics*, 23(6), 1255-1274.
- Martinello, M. y Minnon, M. (1990). Les études d'impact: objectifs et méthodes'. En R. Wangermee (Ed.), *Les malheurs d'Orphee. Culture et profit dans l'économie de la musique* (págs. 127-141). Pierre Mardaga Editeur, Bruxelles.
- Muñoz Ciudad, C. (2000). *Las Cuentas de la Nación. Introducción a la Economía Aplicada*. Civitas, Madrid.
- Palma, L., Palma, M.L., and Martín, J.L. (2014). 'La integración entre cultura y economía. El caso de las fiestas de primavera de Sevilla', *Estudios de Economía Aplicada*, Vol 32, No 1, pp. 287-308.
- Pulido, A. y Fontela, E. (1993). *Análisis Input-Output. Modelos, datos y aplicaciones*. Editorial Pirámide, Madrid.
- Saayman, A., Saayman, M., and Gyekye, A. (2014). 'Perspectives on the Regional Economic Value of a Pilgrimage', *International Journal of Tourism Research*, Vol 16, No 4, pp. 407-414.
- Seaman, B. (2003). Economic Impact of the Arts'. En R. Towse (Ed.), *A Handbook of Cultural Economics* (págs. 224-231). Edward Elgar, Cheltenham.
- Snowball, J.D. (2008). *Measuring the Value of Culture. Methods and Examples in Cultural economics*. Springer-Verlag, Berlin.

- Snowball, J.D. (2013). 'The economic, social and cultural impact of cultural Heritage: methods and examples'. In Rizzo, I., and Mignosa, A. (Eds.), *Handbook on the Economics of Cultural Heritage*, Edward Elgar, Cheltenham, pp. 438-455.
- Stanley, D., Rogers, J., Smeltzer, S., and Perron, L. (1998). *Win, Place or Show: Gauging the Economic Success of the Renoir and Barnes Art Exhibits*, Department of Canadian Heritage, Québec.
- Tyrrell, B.J. e Ismail, J.A. (2005). A Methodology for Estimating the Attendance and Economic Impact of an Open-Gate Festival. *Event Management*, 9(3), 111-118.