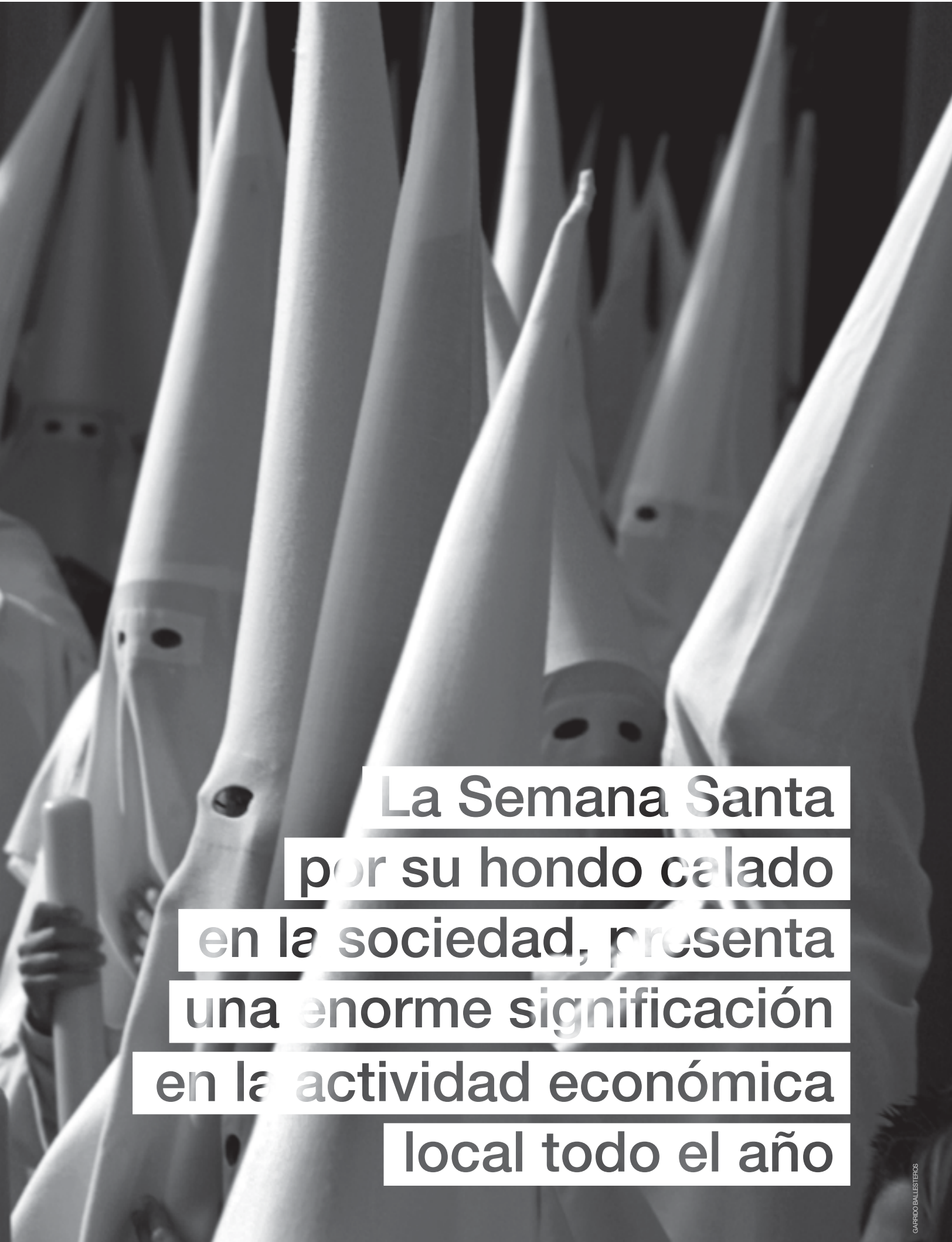


Conclusiones

Efectos socioeconómicos

de la Semana Santa

en la ciudad de Córdoba



**La Semana Santa
por su hondo calado
en la sociedad, presenta
una enorme significación
en la actividad económica
local todo el año**

Conclusiones. Efectos socioeconómicos de la Semana Santa en la ciudad de Córdoba

La realización de este trabajo ha tenido como objetivo fundamental realizar una investigación acerca de todas las implicaciones, principalmente en el plano económico, pero también en el social -en sentido amplio- que la Semana Santa de la ciudad de Córdoba representa por su significado cultural y por la capacidad de generar interés y atraer a visitantes.

Con este planteamiento inicial, el punto de partida ha sido, primero, el de contextualizar la metodología que se iba a seguir a lo largo del estudio, haciendo un breve repaso sobre la bibliografía existente en esta materia. En este sentido, las referencias a otros trabajos de investigación, en el campo de la economía de los acontecimientos o equipamientos culturales, ha resultado una herramienta útil para poner de manifiesto la relevancia y el interés científico creciente que suscita el tratar de cuantificar, desde un punto de vista económico, todos los aspectos y vectores implicados en un fenómeno cultural, como en nuestro caso la Semana Santa de la ciudad de Córdoba.

Precisamente, de acuerdo con las consideraciones de la doctrina, este evento de carácter religioso, reúne todas las características para que pueda ser considerado como un fenómeno eminentemente cultural (al margen de las consideraciones espirituales) que generará importantes consecuencias económicas. Dicho de otro modo, como cualquier otro recurso cultural, la Semana Santa de Córdoba se convierte en un motivo de atracción turística, que generará empleo y promoverá el desarrollo local. Por otro lado, los aspectos relativos al valor de legado y de existencia de la cultura se plasman en aspectos como el prestigio y la cohesión social, de modo que son muchos los argumentos que fundamentan una aproximación analítica como la realizada en este trabajo, es decir los lazos existentes entre un acontecimiento o patrimonio cultural, como es la Semana Santa de Córdoba, y el impacto económico que genera.

Tras este marco teórico en el que se inserta la investigación, el desarrollo del trabajo empírico, aplicado a la Semana Santa de Córdoba ha requerido hacer un breve retrato de la estructura económica cordobesa, a fin de contextualizar el significado que este recurso cultural y económico va a tener dentro de la ciudad y de la provincia de Córdoba. De acuerdo con la información estadística analizada, se ha podido concluir que la Semana Santa va a



contribuir positivamente al entramado económico de la ciudad, especialmente visible a través de la mayor afluencia turística, en general, y del aumento de las visitas a los monumentos y museos cordobeses.

Al mismo tiempo, bajo la consideración de la Semana Santa como un elemento cultural dentro del Patrimonio Histórico y Arquitectónico de la ciudad de Córdoba, que le imprime un valor en sí mismo a esta celebración religiosa, la Semana Santa se convierte en un recurso cultural más, para mayor y mejor apreciación de sus monumentos, sitios singulares y entorno urbano, en general, produciéndose sinergias o un auto refuerzo en la consolidación y revalorización de los equipamientos culturales de la ciudad.

Como paso previo para la estimación de los efectos socioeconómicos que se derivan de la Semana Santa de Córdoba, objetivo primordial de este trabajo, ha sido necesario identificar de forma precisa y rigurosa a todos los agentes que intervienen en el proceso de “producción” y de consumo o “demanda” de este recurso económico y cultural que es la Semana Santa, y cuantificar cuál es su aportación (en términos monetarios). Esta tarea ha resultado bastante compleja, puesto que para aproximar el gasto realizado por los distintos sujetos intervinientes se ha requerido, en algunos casos, la realización de un amplio trabajo de campo. Así, ha sido necesario en el caso de las Hermandades y Cofradías. También con la finalidad de recabar información respecto al comportamiento de los asistentes ha sido necesario realizar una encuesta. Mientras, en el caso de los artesanos y profesionales proveedores de las Hermandades, el trabajo de campo ha tenido una finalidad más descriptiva de este sector, desde un punto de vista social y laboral, ya que la información relativa a la facturación de estas actividades artesanales se ha aproximado a través de las respuestas ofrecidas por sus demandantes, es decir, las Hermandades y Cofradías de Córdoba.

La estimación sobre las partidas e importes de gastos por distintos conceptos se ha establecido como una media de los últimos tres años (así se solicitó a los distintos sujetos: Cofradías y Hermandades individuales, la Agrupación que representa a éstas, ó al Ayuntamiento), con la finalidad de que los resultados no se vieran sesgados por variaciones extraordinarias de un año en concreto. Esta apreciación temporal, reciente, es decir de los últimos años, pero no estrictamente

referida al último ejercicio, ha sido también el criterio seguido para el análisis de la información estadística de los indicadores turísticos y para otras referencias necesarias en el proceso de estimación.

Además de las conclusiones que se han extraído del análisis de los distintos sujetos que intervienen “directamente” en el proceso de producción (lado de la oferta) de la Semana Santa de Córdoba, relativas al papel –más o menos destacado de éstos– y la distinta magnitud de su gasto o facturación económica, las estimaciones más complejas se han derivado de la información relativa a los participantes por el lado de la demanda. En este sentido, el comportamiento económico del público asistente a la Semana Santa se constituye como un factor primordial para cuantificar el impacto económico de la festividad religiosa. A través de la explotación exhaustiva y minuciosa de la encuesta realizada a los asistentes ha sido posible conocer diversos aspectos interesantes del público que asiste a los cortejos procesionales.

En particular, los resultados ponen de manifiesto la notable presencia de visitantes de otras Comunidades Autónomas (43 por ciento), así como del extranjero (un 12 por ciento de los visitantes), que la duración media de la estancia en la ciudad asciende a 3,6 días (un promedio que triplica la media anual, que se sitúa según el INE en 1,6 días), así como el mayor gasto medio realizado por persona y día, 77 euros (casi diez euros por encima del promedio de gasto que señala la Encuesta de Coyuntura Turística Hotelera). Este promedio del gasto realizado por los turistas en la ciudad, incluye los gastos incurridos por el alojamiento y el viaje realizado. Pero, si descontamos éstos, es decir, atendiendo al gasto satisfecho por compras diarias o “de bolsillo”, el importe se quedaría en 47,5 euros, una media muy similar al gasto diario correspondiente a los residentes en Córdoba -con motivo de su asistencia a la Semana Santa-, que se estima en 48,5 euros, dato este obtenido igualmente de los resultados del trabajo de campo.

Junto con la estimación del gasto realizado por los asistentes, la otra cuestión fundamental para el cálculo de los efectos económicos derivados de la Semana Santa de Córdoba ha sido la relativa al aforo del público asistente, así como su distribución por procedencia. Para aproximar estas cifras, además de los resultados de la encuesta realizada, ha sido necesario contar con información adicional relativa a los aforos oficiales del número de personas en

la calle en los días de las procesiones, así como con la información estadística sobre la ocupación hotelera en tales fechas y el número de plazas hoteleras disponibles por categorías. El cruce de las diversas fuentes de información citadas ha permitido aproximar que un total de 760.000 personas asisten a la Semana Santa de Córdoba, de los cuales la mayor parte (674.000 personas) son residentes en la ciudad, o su entorno. Aproximadamente 16.000 personas presencian los cortejos y actos de la Semana Santa en calidad de visitantes que no pernoctan. Mientras, una cifra cercana a las 70.000 personas serían turistas alojados en establecimientos hoteleros reglados, o en casas de amigos o familiares.

Otro aspecto muy importante dentro del planteamiento del trabajo tiene que ver con la buena opinión sobre la Semana Santa, que manifiestan los encuestados, señalando a ésta como un factor de reconocimiento y promoción de la ciudad, con valor dentro del Patrimonio cultural de Córdoba, así como su elevado poder de atracción turística. En concreto, un 98 por ciento de los residentes en la ciudad considera que la Semana Santa es un evento cultural importante que se debe conservar y promocionar. Asimismo, un 93,1 por ciento de los cordobeses encuestados, afirma que asiste a las procesiones, actos y oficios de Semana Santa y un 85 por ciento tiene familiares o amigos cercanos que participan de forma activa en los preparativos, en la organización y en los cortejos procesionales.

Un 98 por ciento de los residentes en la ciudad considera que la Semana Santa es un evento cultural importante que se debe conservar y promocionar.



Estas conclusiones del trabajo de campo presentan una concordancia con los registros oficiales, ya que 33.684 cordobeses pertenece a alguna cofradía, casi el 10 por ciento de la población de la ciudad, si tenemos en consideración que hay quien pertenece a varias al mismo tiempo.

Muy satisfactoria es también la opinión recabada de los visitantes o turistas en la ciudad de Córdoba con motivo de su estancia en ella durante la Semana Santa. Así, un 98,8 por ciento de los encuestados declara estar satisfecho o muy satisfecho con su visita a Córdoba, destacando la valoración de su patrimonio monumental, señalando el 92,2 por ciento de los encuestados que la Semana Santa de la ciudad ha cubierto sus expectativas.

Por lo que se refiere a los resultados de la estimación de los efectos económicos derivados de la Semana Santa de Córdoba, cuyo proceso de ha explicado con detalle en el capítulo cuarto del trabajo, cabe destacar como puntos más significativos los siguientes:

- Los **efectos directos** generados por los agentes que “producen” la Semana Santa, es decir, de forma agregada las Hermandades y Cofradías, la Agrupación de éstas, sus proveedores y otras entidades colaboradoras, así



como los participantes (hermanos, nazarenos, etc.) ascienden a un importe próximo a los 4,78 millones de euros. A través de las demandas intermedias requeridas por éstos a otras ramas productivas, el efecto total sobre la economía de Córdoba y su entorno, derivado de los “productores” o artífices de la Semana Santa suponen una cifra cercana a los 6,7 millones de euros.

- Por su parte, los **efectos indirectos**, medidos a través de los “demandantes” o del público asistente a la Semana Santa, suponen un gasto efectivo de 24,5 millones de euros. Los visitantes en la ciudad durante esta celebración generan la mayor proporción de este gasto agregado, rondando los 15,5 millones de euros en el caso de los turistas y, en torno a 0,33 millones de euros los visitantes que no pernoctan en la ciudad de Córdoba. Por su parte, el gasto satisfecho por los residentes en Córdoba supone un montante próximo a los 8,6 millones de euros. A través de los consumos en las ramas intermedias, siguiendo la metodología del análisis Input-Output, los efectos totales generados por el público asistente a la Semana Santa ascendería a casi 35,4 millones de euros. Dicho de otro modo, el impacto de las demandas realizadas por los visitantes (turistas y excursionistas) y por los residentes representan un volumen de actividad sobre otras ramas productivas (servicios de hostelería, restauración, comercio minorista, transporte, etc.) por un importe de 10,9 millones de euros. Sin duda, estos son los sectores más beneficiados por los efectos inducidos de la Semana Santa, pero fácilmente podrían pasar desapercibidas estas repercusiones económicas positivas.
- De este modo, **el impacto total sobre la economía de la ciudad de Córdoba** y su entorno más próximo **asciende a 42,06 millones de euros** anuales, correspondiendo este importe a la suma de los efectos totales de los agentes directamente implicados y a los indirectos e inducidos estimados con anterioridad, correspondiendo a los “demandantes” o público asistente la mayor cuota de contribución a los efectos totales (casi el 58,2 por ciento), con un importe cercano a los 24,47 millones de euros. Esta

Los visitantes en la ciudad durante la Semana Santa generan la mayor proporción de este gasto agregado, rondando los 15,5 millones de euros en el caso de los turistas y, en torno a 0,33 millones de euros los visitantes que no pernoctan en la ciudad



elevada aportación subraya la notable significación que la Semana Santa de Córdoba tiene sobre la actividad del sector turístico y de ocio para la ciudad y su entorno más cercano.

- Asimismo, los **efectos inducidos** representan una proporción muy destacada (30,4 por ciento), estando explicados éstos por la actividad económica de otros sectores productivos, que a priori no tendrían nada que ver con el fenómeno cultural de la Semana Santa, pero que gracias principalmente a los efectos indirectos (gasto de los turistas, visitantes de menos de un día de estancia, y residentes que hacen gastos con motivo de su asistencia a la Semana Santa) generan una actividad productiva cercana a los 10,9 millones de euros. A este montante habría que sumar el impacto inducido sobre las demandas en otras ramas productivas realizados por los agentes directos, que asciende a 1,9 millones de euros y que junto con los 10,9 millones de euros inducidos por los asistentes y visitantes suman los 12,8 millones de euros de efectos inducidos, en total, sobre la economía de Córdoba y su entorno.
- Mientras, los efectos directos provocados por los “productores” de la Semana Santa tendrían, curiosamente, una aportación más discreta a los efectos económicos totales. En concreto, desglosando el grado de repercusión de cada sujeto o agente que contribuye a la creación de este fenómeno cultural y económico, cabe destacar que la aportación de los artífices y participantes activos en la organización, cuidado del patrimonio y salida de los cortejos procesionales de Semana Santa, tendrían una aportación económica próxima a los 2,36 millones de euros, lo que supone un 5,6 por ciento del los efectos económicos totales. Dentro de este grupo -desglosando el grado de repercusión de cada sujeto o agente que contribuye a la creación de este fenómeno cultural y económico-, cabe destacar que las Hermandades y Cofradías y la Agrupación que integra a éstas tendrían una aportación conjunta del 3 por ciento. Las personas que participan en la realización de la Semana Santa, en forma de hermanos cofrades, nazarenos, costaleros, etc., efectúan unos gastos que significan el 1,9 por ciento de

los efectos económicos totales. Por su parte, la aportación de las Administraciones Públicas representaría una proporción más modesta.

- Tampoco cabe despreciar la repercusión de la Semana Santa sobre la actividad económica de varias ramas productivas que se ven implicadas directamente por los bienes y servicios requeridos para la conservación y mejora del patrimonio de las Hermandades y Cofradías y la preparación de los desfiles procesionales. En este colectivo en el que se incluirían algunas actividades artesanales singulares, por su carácter tradicional y artístico (y que han sido objeto de especial atención en el trabajo de campo por su significación) junto con otras más habituales (confección, floristería, etc.). De acuerdo con nuestras estimaciones, la facturación o montante de gasto de estas actividades, en conjunto, alcanzarían un montante cercano a los 2,43 millones de euros, lo que representa un 5,8 por ciento del total de los efectos económicos totales.
- Estos efectos sobre la actividad productiva también se traducen en la creación de empleo en el ámbito de Córdoba. Así, la Semana Santa genera un total de 204 empleos directos y 966 empleos indirectos. El empleo total, no obstante, se estima en 1.682 puestos de trabajo, gracias a los efectos inducidos sobre la actividad y la utilización del factor trabajo en otras ramas de producción que, en un principio, no parecerían tener una relación aparente con la Semana Santa de Córdoba.
- El impacto económico de la Semana Santa queda patente, asimismo, cuando se referencia o compara con otros acontecimientos y equipamientos culturales, como un festival de cine o la existencia de un gran museo en una ciudad. En este punto, el impacto económico generado por la Semana Santa de Córdoba (42,06 millones de euros) superaría a los estimados en otras investigaciones por la Semana de Cine de Valladolid o el efecto económico sobre la ciudad de Bilbao del museo Guggenheim -como un promedio semanal-.
- Desde otro punto de vista, el impacto económico estimado de la Semana Santa de Córdoba representaría en torno al 0,356 por ciento del PIB de la provincia y una proporción

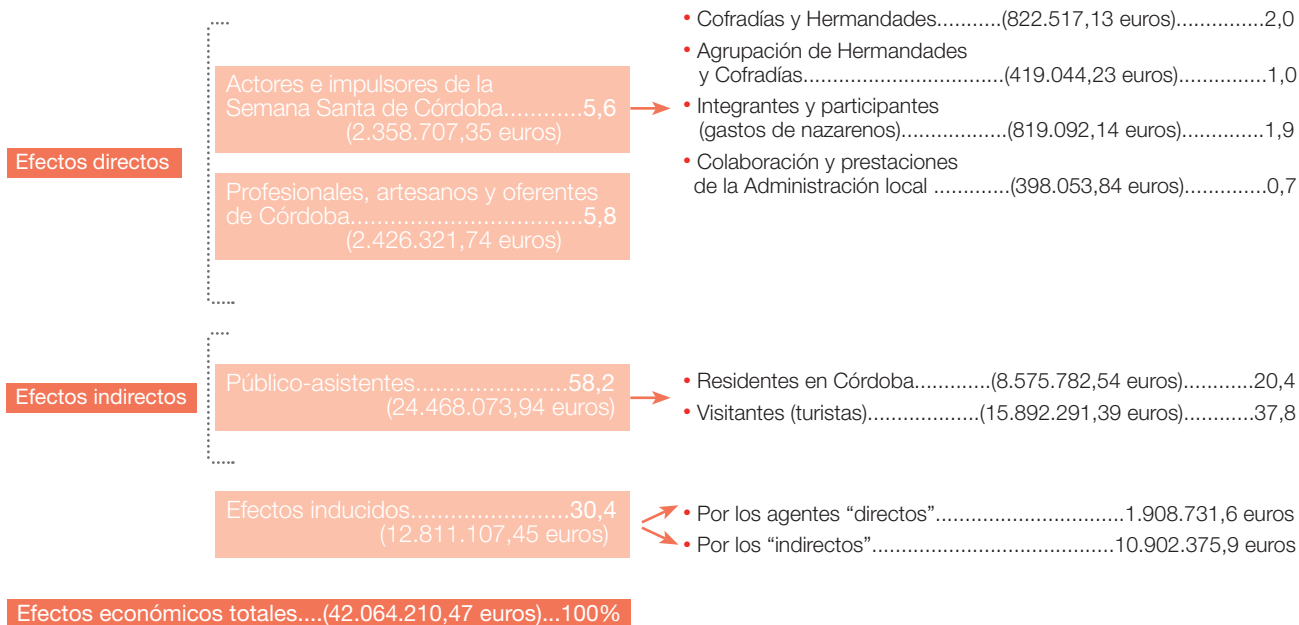
cercana al doble de la producción de la capital cordobesa. Desde la perspectiva del empleo, los puestos de trabajo generados gracias a la actividad directa e indirecta de la Semana Santa de Córdoba significan casi el 0,6 por ciento del empleo provincial.

- Sin duda, los resultados de las estimaciones sobre el impacto económico de la Semana Santa, atendiendo a las cifras comentadas, resultan bastante elocuentes acerca de la importancia de este acontecimiento cultural para la economía de la ciudad y, por consiguiente, para el conjunto de la provincia. Sin embargo, las repercusiones de la Semana Santa trascenderán los importes monetarios comentados, en consideración a algunos aspectos de carácter cualitativo difíciles de medir, pero inherentes a un fenómeno cultural de esta naturaleza. En este sentido, las externalidades que generan la notoriedad, la popularidad, el prestigio, etc. de la Semana Santa de Córdoba y del Patrimonio histórico artístico y cultural de la que ésta forma parte, se traducirán a medio y

largo plazo en repercusiones económicas. De este modo, los grados de “notoriedad” y de “popularidad” en un ranking comparativo con otros eventos y equipamientos culturales de ciudades españolas, revela la consolidada posición de la Semana Santa de Córdoba como un recurso con “valor mediático”.

- Asimismo, las aproximaciones realizadas, basadas en las apariciones en la prensa de noticias de difusión de la Semana Santa de Córdoba y en el coste de los anuncios publicitarios en este medio de comunicación aproximan un montante económico cercano a los 0,9 millones de euros. No obstante, la medición de los efectos derivados del valor de existencia, de legado y de promoción de un evento cultural de estas características presentan una enorme dificultad y por este motivo no han sido cuantificados, aunque posiblemente constituyan el núcleo más importante de los efectos económicos de la Semana Santa de Córdoba.

GRADO DE REPERCUSIÓN DE LOS AGENTES Y PARTICIPANTES DE LA SEMANA SANTA DE CÓRDOBA SOBRE LOS EFECTOS ECONÓMICOS TOTALES. Porcentaje.



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía.



