



# Semana Santa

## Efectos socioeconómicos de la Semana Santa en la ciudad de Córdoba



**Semana Santa**

Efectos socioeconómicos

de la Semana Santa

en la ciudad de Córdoba



## Contenidos

<b>Introducción y objetivos del trabajo.</b>	<b>13</b>
<b>Las celebraciones culturales como patrimonio económico y social.</b>	<b>21</b>
• Consideraciones sobre los bienes culturales y las dificultades en la asignación de valor. El caso de la Semana Santa de Córdoba.	23
• Economía positiva y normativa del patrimonio histórico y de los acontecimientos culturales.	27
<b>La Semana Santa como agente económico y parte del patrimonio cultural de Córdoba.</b>	<b>32</b>
• Breve caracterización de la estructura económica de Córdoba.	33
• El patrimonio histórico artístico y cultural de Córdoba. La Semana Santa como elemento de revalorización de este legado patrimonial.	39
• La relevancia de la Semana Santa en el sector turístico en la ciudad de Córdoba.	45
• La Semana Santa de Córdoba como un activo cultural. Origen, historia y patrimonio.	50
<b>Aproximación a la Semana Santa por el lado de la oferta y la demanda.</b>	<b>60</b>
• Identificación de los “productores” de la Semana Santa, como bien económico. El papel de las Cofradías. Los participantes: hermanos, nazarenos y otros integrantes de los cortejos procesionales.	61 62 70
• Los proveedores de las Hermandades y Cofradías. Especial consideración a la industria artesanal.	72
• El papel de las Administraciones y otras entidades colaboradoras.	76
• La demanda de la Semana Santa. El público asistente: residentes y no residentes en Córdoba.	78
<b>El impacto económico de la Semana Santa de Córdoba.</b>	<b>97</b>
• Aproximación a los efectos económicos: directos e indirectos de la Semana Santa.	98
• Aproximación a los efectos económicos inducidos y totales de la Semana Santa.	108
• Efectos sobre el empleo.	115
• Otras repercusiones económicas: prestigio y atracción turística. Popularidad y notoriedad.	116
<b>Conclusiones.</b>	<b>123</b>
<b>Bibliografía.</b>	<b>132</b>
<b>Anexos</b>	<b>135</b>
• Anexo 1. Fichas de Hermandades.	136
• Anexo 2. Metodología de los estudios de impacto económico.	144
• Anexo 3. Encuestas realizadas para el trabajo.	151

## Una dimensión no única, pero sí complementaria de la Semana Santa cordobesa

Decía San Juan de la Cruz que un acto de puro amor de Dios vale más que toda la creación. Esta medida de cálculo debe ser la primera y principal a la hora de valorar el quehacer de las Hermandades y Cofradías de Córdoba, que cada año tiene su culminación en las estaciones de penitencia que conmemoran la Pasión, Muerte y Resurrección de Nuestro Señor Jesucristo en nuestra Semana Santa. Pero no hay duda de que ésta es una medida sobrenatural que exige una visión de fe y que no apreciaremos en toda su completa y total verdad hasta que alcancemos la vida eterna y contemplemos cara a cara el rostro de Dios.

Sin embargo, todavía peregrinos en la tierra, podemos atisbar algo de este valor sobrenatural, cuando comprobamos que a muchos hombres y mujeres de nuestra tierra las procesiones de Semana Santa les han ayudado a acercarse al Señor, a convertirse y cambiar el corazón, a ser mejores y más generosos, a luchar por su santificación, e incluso en muchos casos a responder a la llamada del Señor a seguirle de cerca en la vida sacerdotal o en la vida consagrada.

Jesús en el Evangelio de San Juan dice a Nicodemo que “tanto amó Dios al mundo que le entregó a su Hijo único” (Jn 3, 16). El mismo evangelista afirma rotundamente que el Señor, “habiendo amado a los suyos que estaban en el mundo los amó hasta el extremo” (Jn 13,1b). Las

imágenes sagradas que procesionan en nuestra Semana Santa, transcriben plásticamente lo que la Sagrada Escritura expresa con palabras y este lenguaje visual es capaz de tocar el corazón e interpelar a quienes cada año contemplamos en nuestras calles, con emoción a flor de piel, estas representaciones artísticas de los momentos estelares de la Historia de nuestra Salvación.

San Alfonso M<sup>º</sup> de Liguorio, interpretaba el “amor hasta el extremo”, en el sentido de que Jesucristo puede decir a cada hombre y mujer: ¿hay algo más que yo hubiera debido o podido hacer por ti y no lo haya hecho? Cada Semana Santa el Señor, desde los bellísimos tronos labrados por la piedad de nuestro pueblo, dirige estas mismas palabras a quienes participamos o simplemente contemplamos nuestras hermosas procesiones: “nadie tiene amor más grande que el que da la vida por sus amigos” (Jn 15,13), palabras que provocan en muchos de nosotros sentimientos de piedad, de conversión y de compunción del corazón.

El lector tiene en sus manos el estudio sobre los “Efectos socioeconómicos de la Semana Santa en la ciudad de Córdoba”, encargado por la Agrupación de Hermandades y Cofradías. De acuerdo con los datos que este estudio nos muestra, aportados por la Policía Municipal, entre 80.000 y 180.000 personas asisten cada día a los cortejos procesionales entre el Domingo de Ramos y el Viernes Santo, lo que

nos da una idea de las incalculables potencialidades religiosas y evangelizadoras que encierran estas manifestaciones de la piedad popular.

Incalculable es también el valor devocional del patrimonio de las Hermandades y Cofradías, que comenzando por las imágenes de sus Sagrados Titulares y siguiendo por los pasos, bordados, orfebrería y otros enseres tienen igualmente un valor artístico, histórico y sentimental que los hace únicos.

La evangelización, la devoción, la formación, el servicio a los pobres y la vida cristiana de los miembros de las Hermandades y Cofradías constituyen lo decisivo en la vida de estas instituciones, su verdadera razón de ser. Lo afirmaba en mi carta pastoral de febrero de 2004, dirigida a los cofrades de la Diócesis, cuando les pedía que no consintieran que la dimensión cultural, los “intereses económicos, turísticos o el simple renombre de vuestra ciudad o villa solapen lo que primariamente es un acto de piedad y de penitencia, de catequesis y evangelización y también llamada a la conversión”, porque “desde esta clave, nuestras hermosísimas procesiones, despojadas del misterio, quedan vaciadas del contenido original que está en su origen y que es lo que las acredita y legitima”. Pero, dicho esto, la Iglesia no se opone a aquellos aspectos que, como redundancia, pueden influir benéficamente en la vida de nuestra ciudad, siempre que no sean un fin en sí mismos, sino una consecuencia de lo que constituye el corazón de nuestra Semana Santa, su dimensión

espiritual, porque se trata nada más y nada menos que de actualizar y revivir los misterios redentores, la Pasión, Muerte y Resurrección del Señor.

El estudio que presenta la Agrupación de Hermandades y Cofradías de Córdoba, aplicando la metodología de la ciencia económica sobre los acontecimientos religiosos o culturales, nos demuestra que el impacto total que la celebración de la Semana Santa tiene sobre la economía de la ciudad de Córdoba asciende a la cifra de 42.064.210,47 euros, estimándose una repercusión en el empleo de un total de 1.682 puestos de trabajo. Como Administrador Apostólico de la Diócesis, me alegro de que así sea, pues de esta forma, nuestra Semana Santa contribuye al sustento de muchas familias. Estos datos ponen de relieve una vez más lo que la Iglesia aporta a la sociedad, tanto en el campo de los valores, formando buenos cristianos que siempre serán buenos ciudadanos, como en el campo material; mucho más de cuanto recibe por cualquier concepto de los poderes públicos.

Felicito, pues, a la Agrupación de Cofradías de Córdoba por esta iniciativa clarificadora, que aporta una dimensión no única, pero sí complementaria de la hermosísima Semana Santa cordobesa.

+ Juan José Asenjo Pelegrina  
Arzobispo Coadjutor de Sevilla y  
Administrador Apostólico de Córdoba



## Saludo del Alcalde de Córdoba

Quiero ante todo expresar mi felicitación a la Agrupación de Hermandades y Cofradías de Córdoba por esta iniciativa que ha dado como fruto la elaboración de un informe que, de forma exhaustiva, permita conocer el impacto económico de una celebración como la Semana Santa de nuestra ciudad. En este sentido, cómo no, mi reconocimiento además hacia la entidad encargada de la realización material de este informe, Analistas Económicos de Andalucía.

Resultado de esta colaboración, en la que también ha querido participar el Ayuntamiento de Córdoba, con los datos disponibles en las diversas áreas municipales, es la publicación que finalmente tenemos en nuestra mano. Una publicación que no deja lugar a dudas sobre el rigor en los criterios empleados, la minuciosidad en el tratamiento de la información y, en definitiva, sobre la profesionalidad de sus responsables.

Por todo ello, estoy convencido de que el informe se convertirá en una nueva herramienta de enorme relevancia para conocer, efectivamente, la repercusión económica de un evento de máximo relieve en la sociedad cordobesa como es la Semana Santa. Sin duda, hablar de Semana Santa en una

ciudad como la nuestra es, ante todo, referirnos a una manifestación cultural de primer orden que forma parte inequívoca de nuestras costumbres y de nuestra identidad colectiva.

Pero al mismo tiempo, esta realidad sobre nuestra Semana Santa la convierte en uno de nuestros principales valores desde el punto de vista del turismo cultural, en el que Córdoba se sitúa entre los destinos preferentes. En este sentido, es indudable su importancia para seguir consolidando nuestra posición en el sector turístico nacional e internacional. O expresado en otros términos, resulta indudable la contribución de nuestra Semana Santa al turismo como uno de los principales pilares de la economía local, generador de empleo y riqueza.

Estoy seguro de que así seguirá siendo, gracias, entre otros elementos, a la permanente colaboración entre la Agrupación de Hermandades y Cofradías y el Ayuntamiento de la ciudad, una ciudad que aspira con toda ilusión a convertirse en Capital Europea de la Cultura en 2016.

Andrés Ocaña Rabadán  
Alcalde de Córdoba

## Prólogo

Con gran satisfacción presentamos este estudio, importante para las cofradías cordobesas, para la Iglesia y no menos, para la propia sociedad que nos acoge.

En primer lugar, hemos de manifestar nuestra gratitud, la de todos cuantos componemos este gran familia cofrade, a quienes han hecho posible este trabajo serio, juicioso y contrastado que tienen en su poder. En primer lugar, a la entidad Analistas Económicos de Andalucía que nos ha brindado, de manera desinteresada, la oportunidad de dar a conocer datos y valores que confirman la importancia que para nuestra ciudad representa la existencia de nuestra Semana Santa y nuestras hermandades.

Importancia en lo religioso, como exponente de una secular tradición que lleva por las calles la escenificación del más importante episodio de la humanidad; la Pasión, Muerte y Resurrección de Jesucristo, nuestro guía y salvador.

En lo cultural, proyectando a la vista de todos, el arte cofrade, desde el barroquismo de sus imágenes y tallas, a la inigualable belleza de la ornamentación y la estética de la cofradía en la calle.

En el aspecto sociológico, dinamizando el entramado ciudadano a través de la pertenencia a nuestras hermandades de personas de todos los ámbitos sociales y culturales.

Nuestra aportación al mundo del trabajo, a través de innumerables talleres artesanales que subsisten

todo el año al amparo de los encargos de las cofradías, mejorando y acrecentando el patrimonio artístico y cultural de nuestra ciudad.

Económicamente, como se podrá comprobar, nos encontramos ante una festividad religiosa que lidera la atracción turística de Córdoba, aportando el reclamo de miles de visitantes que conviven entre nuestros conciudadanos y pernoctan aportando riqueza a nuestra ciudad, y apoyo a la tan deseada Capitalidad Cultural.

Definitivamente, este trabajo exhaustivo, riguroso y serio, habrá de sustentar las bases para que en un futuro, esperemos cercano, la sociedad cordobesa, sus instituciones y empresas, reconozcan y apoyen en su justa medida, el esfuerzo que desde las hermandades, de manera altruista y desinteresada, realizan en favor de nuestra sociedad.

Por último, quisiéramos agradecer la contribución llevada a cabo por el Excmo. Ayuntamiento aportando, a través de las diferentes áreas, los datos necesarios para culminar este trabajo. También a la Cámara de Comercio y Hostecor al ofrecernos la documentación de que disponen para completar esta obra. Nuestro reconocimiento a Unicaja que ha editado este trabajo permitiendo su difusión.

Juan B. Villalba Cabello  
Presidente de la Agrupación  
de Hermandades y Cofradías de Córdoba



Este trabajo es fruto de la iniciativa de la Agrupación de Hermandades y Cofradías de Córdoba, que planteó a *Analistas Económicos de Andalucía* su interés por profundizar en los aspectos económicos que conlleva la celebración de la Semana Santa

## Agradecimientos

Antes de entrar en la presentación del estudio y en los contenidos más importantes que éste comprende, resulta oportuno señalar que el trabajo es fruto de la iniciativa de la Agrupación de Hermandades y Cofradías de Córdoba, que planteó a *Analistas Económicos de Andalucía* su interés por profundizar en los aspectos económicos que conlleva la celebración de la Semana Santa y en concreto, estudiar el impacto económico que tiene esta celebración anual en la economía local.

Para la realización de la investigación se ha contado con la cordial colaboración del Excmo. Ayuntamiento de Córdoba, que no solo ha apoyado la investigación aportando información sino que también ha participado con la financiación de parte de los trabajos de campo realizados, en concreto la encuesta realizada a los asistentes a la Semana Santa de Córdoba. Queremos agradecer la buena disposición a colaborar de las diversas áreas y delegaciones del Consistorio municipal, en particular de la Unidad de Turismo y Patrimonio de la Humanidad, del Consorcio de Turismo, así como de la Unidad de Museos, el Departamento de Ferias y Festejos y empresas municipales.

Tampoco podemos olvidarnos de la desinteresada ayuda de diversas instituciones públicas y privadas de Córdoba que, como la Cámara de Comercio e Industria de Córdoba o la Asociación de Empresarios de Hosteleros de Córdoba, Hostecor, se han mostrado dispuestas a atender nuestras peticiones.

Pero especialmente debemos expresar nuestro agradecimiento a todas las Cofradías, Hermandades de Córdoba, así como a la propia Agrupación de Hermandades y Cofradías por su inestimable ayuda aportada tanto en la planificación de los trabajos como en la recopilación de información. Igualmente queremos mostrar nuestro agradecimiento a los profesionales artesanos que amablemente se han mostrado abiertos a participar en este proyecto.

Sin todas las colaboraciones y ayudas recibidas, no hubiera sido posible concluir esta investigación, por lo que queremos trasladar nuestro agradecimiento a todos los agentes que participan en la celebración de la Semana Santa de Córdoba.





Introducción

y objetivos del trabajo

**Esta investigación pretende  
aportar mayor información sobre  
el carácter de la Semana Santa  
como un recurso económico más  
de la ciudad, enmarcado dentro  
del ingente Patrimonio Cultural  
que atesora Córdoba y en aras de  
favorecer los valores de respeto,  
convivencia y libertad  
de creencias.**

## Introducción y objetivos del trabajo.

En la era de la globalización, las influencias de culturas, costumbres y comportamientos de otras latitudes se han convertido, al mismo ritmo que otros imperativos económicos, en fuerzas determinantes de la conducta humana. En este contexto, la pervivencia de tradiciones culturales -como debe ser entendida la Semana Santa- de los territorios autóctonos constituye un fenómeno peculiar, de enorme trascendencia social, por su significado para la identidad colectiva de los pueblos y, por supuesto, por sus muy relevantes implicaciones en el plano económico, que a menudo han sido despreciadas o minusvaloradas.

Hasta los años ochenta no comienza a existir en Europa un interés científico por el análisis del impacto económico de la cultura, por querer cuantificar los efectos de las actividades culturales sobre el capital humano (empleo) y como catalizador de otras ramas productivas (como el turismo). Además de considerar la importancia económica del sector de la cultura, dadas sus repercusiones de índole social y humano -con un carácter intangible e inmaterial- este enfoque se ve completado, además, por la consideración de lo patrimonial o cultural como un bien no reversible que cabe someterlo a una protección responsable.

A pesar de esta importancia que la doctrina económica ha reconocido a la cultura, resultan bastante escasos los trabajos y estudios en el ámbito de la economía que analicen los efectos directos, indirectos e inducidos que la presencia de un elemento cultural y/o patrimonial significativo pueda generar en el contexto territorial en el que se ubica, ya sea bajo un enfoque turístico -tal vez el más intuitivo- como bajo la perspectiva de las actividades relacionadas con la producción, preservación, conservación o restauración de los bienes culturales.

Nuestro planteamiento en este trabajo parte de aplicar el análisis de impacto económico de la cultura a una celebración popular, de honda tradición y singularidad, como es la **Semana Santa de la ciudad de Córdoba**. Esta investigación pretende aportar mayor información sobre el carácter de la Semana Santa como un recurso económico más de la ciudad, enmarcado dentro del ingente Patrimonio Cultural que atesora Córdoba y, prescindiendo de cualquier connotación religiosa o ideológica, en aras de favorecer los valores de respeto, convivencia y libertad de creencias que, sin duda, se constituyen en verdaderos estandartes de la ciudad.





ROLDÁN SERRANO

El punto de partida se basa en la consideración de este evento religioso como un fenómeno eminentemente cultural y en las consecuencias que, como tal acontecimiento, va a tener para la actividad económica

El trabajo se estructura en cinco capítulos. El primero está dedicado a explicar el planteamiento o el enfoque que guiará nuestra investigación sobre los efectos socioeconómicos de la Semana Santa de Córdoba. El punto de partida se basa en la consideración de este evento religioso como un fenómeno eminentemente cultural y en las consecuencias que, como tal acontecimiento, va a tener para la actividad económica. Para ello se hace un repaso al significado de la dimensión económica de la cultura, destacando su aportación al PIB y al empleo, pese a las dificultades metodológicas para cuantificar los bienes, elementos o patrimonios culturales.

Desde una perspectiva macroeconómica, se puede aproximar el valor de la cultura a través de los flujos derivados dentro del entorno económico en el que se inserta y que podríamos entender como una especie de externalidades en la producción y en el consumo. Precisamente son estas razones las que



justifican la intervención pública en la economía de la cultura. Los bienes culturales se convierten 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 traducirán en prestigio y cohesión social. En definitiva, son muchas las vinculaciones que respaldan una aproximación analítica como la que vamos a efectuar 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.

Con esta fundamentación, el capítulo segundo trata de contextualizar a la Semana Santa como un recurso cultural y también económico de la ciudad de Córdoba, que va a tener una presencia destacada dentro de la estructura productiva de la ciudad y de la provincia. El papel de la Semana Santa se aborda desde una doble perspectiva. Por una parte,



se presenta un escueto retrato de los sectores económicos, con especial atención a la industria manufacturera dedicada a la fabricación de artículos de joyería, orfebrería, etc. y al sector turismo de la ciudad de Córdoba. A este entramado económico va a contribuir positivamente la Semana Santa, por las demandas que va a realizar de estos bienes y servicios, más visible a través de la mayor afluencia turística, en general, y el mayor número de visitas a los monumentos y museos cordobeses (dado que se dispone de mayor información estadística).

En segundo lugar, por la consideración de ésta como un elemento cultural dentro del Patrimonio Histórico y Arquitectónico de la ciudad de Córdoba, que le imprime un valor en sí mismo a la Semana Santa, convirtiéndose dicha celebración al mismo tiempo en un recurso cultural más para mayor y mejor apreciación de sus monumentos, sitios singulares y entorno urbano en general. Para entender el significado de la Semana Santa como un recurso cultural, en este capítulo también se hace un breve repaso por los orígenes, la historia y, en definitiva, el rico legado patrimonial que atesoran las Hermandades y Cofradías cordobesas.

El proceso para la estimación de los efectos socioeconómicos que se derivan de la Semana Santa de Córdoba, que es básicamente el objetivo primordial de este trabajo, requiere como paso previo la identificación pormenorizada de todos los agentes que intervienen en el proceso de “producción” y de consumo de este recurso económico y cultural que es la Semana Santa. Para ello, en el capítulo tercero nos detenemos en el análisis de los productores y oferentes, de este acontecimiento que es también un bien económico y, por otro lado, en los consumidores, que serían el público asistente.

Desde el lado de la oferta, se analiza el papel de las Cofradías y Hermandades cordobesas, así como del ente que las representa y aglutina, la Agrupación de Hermandades y Cofradías, mediante la información facilitada por ellas mismas acerca de su estructura de financiación y las demandas o gastos que realizan. Obviamente, estas Hermandades están compuestas por personas que a través de su colaboración, como hermanos, o bien de su participación más directa en los cortejos procesionales, como nazarenos y costaleros, van a contribuir con sus cuotas y otros gastos relacionados con su implicación en la celebración a un flujo económico que será necesario cuantificar.

También desde la perspectiva de la oferta se incluye en este capítulo una modesta investigación -basada en entrevistas- sobre el papel de la industria artesanal ubicada en la ciudad, ya que la actividad económica de este sector se nutre, en una proporción importante, de los requerimientos de la Semana Santa cordobesa.

Por último, siguiendo con los criterios metodológicos de la doctrina, y como sujeto que colabora a la pervivencia y reconocimiento de esta celebración cultural, se ha considerado como un “agente productor” del bien económico Semana Santa a la Administración Local. De este modo, se incorpora el papel impulsor del Ayuntamiento, tanto a través de las subvenciones directas como de las prestaciones que realiza de otros servicios (seguridad, infraestructuras, cesiones de espacios públicos,...) con este motivo.

Por el lado de la demanda, resulta imprescindible analizar el comportamiento económico del público asistente a la Semana Santa como si se tratara de los consumidores de un bien de mercado.

Esta aproximación, que sin duda constituye un factor primordial para cuantificar el impacto económico de la festividad religiosa, resulta bastante compleja, dadas las características de este acontecimiento masivo y popular. Para tratar de salvar estas dificultades se ha realizado (entre los días 5 y 12 de abril de 2009) una encuesta a los asistentes, mediante la cual ha sido posible conocer diversos aspectos interesantes del público (procedencia -distinguiendo, por tanto, entre residentes y visitantes-, motivación, opinión sobre la Semana Santa,...), así como cuestiones de importante trascendencia económica como el gasto que realizan, el alojamiento, la duración de su estancia, etc.

Para la estimación del número aproximado del público asistente a las procesiones y actos conmemorativos durante la Semana Santa ha sido necesario contar con los aforos diarios de personas congregadas en las calles de la ciudad, señalados por los responsables de la seguridad pública. Gracias a esta información y a la significación estadística de la población encuestada ha sido posible cuantificar, de forma aproximativa, diferentes segmentos de público: residentes, visitantes, turistas y excursionistas, así como el gasto medio realizado por cada uno de estos colectivos con motivo de la asistencia a la Semana Santa de Córdoba.

El capítulo cuarto está dedicado a la estimación de las repercusiones económicas de la Semana Santa de Córdoba. Para ello, se realiza una cuantificación del impacto generado por el gasto realizado por parte de cada uno de los sujetos o agentes que participan en este acontecimiento, tanto desde el lado de la oferta como de la demanda, y que han sido analizados en el capítulo precedente. Esta aproximación, que sigue los criterios de los estudios de impacto económico o “método de los efectos”, va a distinguir tres tipos de impactos, en función de los distintos flujos de gasto. Así, se atenderá a los efectos o impactos directos, que se corresponderán con los satisfechos por los agentes “productores” u oferentes del bien económico Semana Santa. Mientras, los efectos indirectos se referirán a los realizados por el público asistente, demandantes de dicho bien económico. Por último y, a pesar de ser los menos evidentes, el análisis Input-Output permitirá aproximar los efectos inducidos sobre otras ramas de actividad y, por tanto, los efectos económicos totales que sobre la economía de Córdoba se derivan de la preparación y celebración de su Semana Santa.

El documento se cierra con un último capítulo dedicado a reflejar las principales conclusiones del trabajo realizado.

Desde el lado de la oferta, se analiza el papel de las Cofradías y Hermandades cordobesas, así como del ente que las representa y aglutina, la Agrupación de Hermandades y Cofradías, mediante la información facilitada por ellas mismas acerca de su estructura de financiación y las demandas o gastos que realizan. Por el lado de la demanda, resulta imprescindible analizar el comportamiento económico del público asistente a la Semana Santa como si se tratara de los consumidores de un bien de mercado.



