



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

**ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LOS CLUBES
DEPORTIVOS, TEATROS Y EVENTOS MUSICALES EN
VALLADOLID ANTES Y DURANTE LA COVID-19**

ESTHER GALINDO GRAJAL

VALLADOLID, DICIEMBRE 2020



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2020/2021

TRABAJO FIN DE GRADO

ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LOS CLUBES DEPORTIVOS, TEATROS Y EVENTOS MUSICALES EN VALLADOLID ANTES Y DURANTE LA COVID-19

Trabajo presentado por:

ESTHER GALINDO GRAJAL



Firma:

Tutor:

OSCAR M. GONZÁLEZ RODRÍGUEZ



Firma:

Valladolid, DICIEMBRE DE 2020



Índice

1	INTRODUCCIÓN	6
1.1	CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.2	OBJETIVOS DEL ESTUDIO	7
1.3	METODOLOGÍA	8
2	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN PREVIA A LA COVID-19 EN LOS SECTORES OBJETO DE ESTUDIO EN VALLADOLID	10
2.1	CLUBES DEPORTIVOS.....	10
2.1.1	Introducción	10
2.1.2	<i>Real Valladolid Club de Fútbol, S.A.D.</i>	10
2.1.3	<i>Club de Baloncesto Ciudad de Valladolid</i>	14
2.1.4	<i>Club Deportivo Balonmano Aula</i>	16
2.2	ESPACIOS CULTURALES (TEATROS).....	19
2.2.1	Introducción	19
2.2.2	<i>Teatro Calderón</i>	19
2.2.3	<i>Teatro Cervantes</i>	23
2.2.4	<i>Teatro Carrión</i>	25
2.3	EVENTOS MUSICALES (FESTIVALES).....	27
2.3.1	Introducción	27
2.3.2	<i>“Valladolindie”</i>	28
2.3.2.1	<i>“Intro Music Festival”</i>	29
2.3.3	<i>“Conexión Valladolid Festival”</i>	31
3	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DURANTE LA COVID-19 DE LOS SECTORES OBJETO DE ESTUDIO EN VALLADOLID	34
3.1	ESPACIOS DEPORTIVOS	34
3.1.1	Introducción	34
3.1.2	Secuencia cronológica de los comunicados oficiales del <i>Real Valladolid Club de Fútbol</i> por fases de la desescalada	34
3.1.2.1	Fase 0	34
3.1.2.2	Fase 1	36
3.1.2.3	Fase 2	36
3.1.2.4	Fase 3	37

3.1.3	Evolución cronológica de los comunicados oficiales de la <i>Federación Española de Baloncesto</i> y del <i>Club Baloncesto Ciudad de Valladolid – Real Valladolid Baloncesto</i>	38
3.1.4	Evolución cronológica de los comunicados oficiales de la <i>Real Federación Española de Balonmano</i> y del <i>Club Deportivo de Balonmano Aula</i>	40
3.2	ESPACIOS CULTURALES (TEATROS)	43
3.2.1	Introducción	43
3.2.2	<i>Teatro Calderón</i>	43
3.2.3	<i>Teatro Cervantes</i>	45
3.2.4	<i>Teatro Carrión</i>	49
3.3	EVENTOS MUSICALES (FESTIVALES)	50
3.3.1	Introducción	50
3.3.2	<i>“Valladolindie”</i>	51
3.3.2.1	<i>“A Cielo Abierto”</i>	51
3.3.2.2	<i>“Viva la Vida Valladolid”</i>	52
3.3.2.3	<i>“Intro Music Festival”</i>	53
3.3.3	<i>“Conexión Valladolid Festival”</i>	53
4	CONCLUSIONES	56
5	BIBLIOGRAFÍA	59

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

Resumen

En este trabajo se pretende hacer un estudio sobre la evolución en la gestión que han presentado los clubes deportivos, los teatros y los eventos musicales de la ciudad de Valladolid, reflejando la situación previa a la COVID-19 y durante dicha pandemia. Para ello se han analizado los distintos modelos de negocio, la gestión en las ventas de entradas, las campañas de los abonos, los sistemas de precios, las estrategias empleadas y el impacto económico, tanto en Valladolid como el generado particularmente como empresa, junto al análisis de las soluciones aplicadas en el período de pandemia.

Palabras clave: Club deportivo – Teatro – Evento musical – COVID-19 – Impacto Económico

Abstract

This dissertation undertakes a study on the evolution/development/progression in management of sport clubs, theatres, and musical events in the city of Valladolid reflecting both their pre-COVID-19 reality and their position during the pandemic. Accordingly, an analysis of the different business models, the management in admission entries, the voucher campaigns, the pricing system, the strategies utilized and the economical impact in Valladolid as well as in businesses has been carried out alongside an analysis of the solutions taken during the pandemic period.

Key Words: Sport club – Theatre – Musical event – COVID-19 – Economic impact

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Facultad de Comercio y al decano José Antonio Salvador Insua, por la formación recibida durante esta etapa. En especial, al profesor y tutor Oscar M. González, por su energía y apoyo durante estos tres años y al profesor Manuel Álvarez Pérez porque sin él no hubiera sido posible la conexión con muchas de las personas mencionadas a continuación. Del mismo modo, dar las gracias a mi hermana Nuria Galindo por comunicarme y transmitirme detalles sobre el ámbito deportivo vallisoletano.

Agradecer a Jorge Santiago, director del Área Corporativa del *Real Valladolid Club de Fútbol*, a Cayetano Cifuentes y a Miguel Ángel Abril, presidente y gerente del *Club Deportivo de Balonmano Aula*, a Francisco de la Fuente, propietario del *Teatro Cervantes* de Valladolid y a Álvaro Vidal, director de *PaSiÓN eventos/management* y del “*Conexión Valladolid Festival*”, por dedicar su tiempo a atenderme en repetidas ocasiones.

Asimismo, agradecer a Víctor Manuel Gómez, ex trabajador del departamento de informática del *Teatro Calderón*, a Marta García del departamento de publicaciones y marketing y a Sara Izquierdo, coordinadora de Sala del *Teatro Calderón*, así como a Belén Rodríguez, directora de prensa y comunicaciones del *Teatro Carrión*, por escucharme y cogerme el teléfono, aunque debido a esta situación de incertidumbre no tuvieron tiempo disponible para comunicarme la situación de sus organizaciones.

1 INTRODUCCIÓN

1.1 CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

El 2020 ha sido un año marcado por la COVID-19, definida por la Organización Mundial de la Salud, OMS como “*la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Tanto este nuevo virus como la enfermedad que provoca eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019. Actualmente la COVID-19 es una pandemia que afecta a muchos países de todo el mundo*” (OMS, 2020).

Cómo bien se ha mencionado en el párrafo anterior, el origen de esta enfermedad se afirma que estuvo en la ciudad de Wuhan, territorio de la República Popular China, debido a un brote de neumonía sin conocimiento de la causa. Tras la preocupación de las autoridades chinas por su aparición, éstas decidieron informar sobre la enfermedad para concienciar y prevenir la situación a nivel mundial.

En el caso de España el estado de alarma producido por la COVID-19 saltó el 13 de marzo del 2020, medida dirigida e implantada por el *Gobierno* para prevenir las consecuencias de dicha enfermedad. Entre las disposiciones creadas por esta institución y aprobadas por el presidente del *Gobierno*, la más relevante fue el *Real Decreto-ley 463/2020 del 14 de marzo*¹, manifestando la situación del confinamiento en los hogares durante quince días naturales (M.S., 2020).

El país se paralizó varias semanas y con ello las actividades artísticas, deportivas, culturales, recreativas y de ocio, siendo las empresas de alimentación, las entidades bancarias, los centros sanitarios y farmacéuticos los únicos establecimientos permitidos para continuar con sus actividades. Reduciendo además los desplazamientos entre ciudades y provincias, aunque esta medida no impidió el abastecimiento alimentario y de materiales esenciales para el día a día.

La fase cero en la que se encontraba el país fue una providencia instaurada por el *Gobierno de España* para evitar las aglomeraciones de los ciudadanos y prevenir el coronavirus. Fomentando el teletrabajo, la educación online, el servicio de hostelería *take away*² o la apertura de locales con cita previa, todo ello sin acumulaciones excesivas de clientes. Reduciendo al máximo el aforo en los establecimientos, los entrenamientos de

¹ RDL 463/2020, de 14 de marzo. España. Real Decreto-ley 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. Boletín Oficial del Estado, 14 de marzo de 2020, núm. 67, pp. 25390 a 25400.

² En español “para llevar”.

personas federadas, los paseos de niñas y niños, así como de personas mayores, entre otras medidas.

Lo que empezó siendo un confinamiento de quince días evolucionó hasta llegar a los tres meses de aislamiento. Siendo el coronavirus el principal causante de las consecuencias sociales, económicas, laborales, políticas y ambientales a nivel nacional y a nivel mundial.

La desescalada en Valladolid se puso en funcionamiento casi tres meses posteriores a la instauración del estado de alarma por parte del *Gobierno*. La vuelta a la nueva normalidad se diferenció por comunidades autónomas, considerando en todo momento las cifras de afectados en dichos territorios.

El cambio de fases se trasladó a una nueva forma de vivir, la utilización de las mascarillas junto a los geles hidroalcohólicos fueron algunas de las medidas de seguridad e higiene implantadas en todos los establecimientos y centros del territorio español.

1.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Los objetivos de este estudio son varios:

- (1) Analizar las actividades y servicios de los clubes deportivos, teatros y festivales de música previas a la COVID-19 en Valladolid.
- (2) Identificar la adaptación de dichas actividades y servicios durante la pandemia.
- (3) Conocer el funcionamiento, las estrategias de fidelización, las campañas de abonos y los patrocinadores de los clubes deportivos vallisoletanos, antes y durante el período de COVID-19.
- (4) Examinar la organización, la programación, las estrategias y el impacto de los teatros en Valladolid, previo a la enfermedad y durante dicha etapa.
- (5) Conocer la planificación de las actividades, el éxito y el impacto económico generado de los principales eventos musicales de la ciudad, antes y a lo largo de la pandemia.

La relación de este estudio con el *Grado de Comercio* tiene que ver con los conocimientos adquiridos en varias asignaturas sin los cuales hubiera sido imposible realizar los análisis de los métodos de venta escogidos por las organizaciones para las entradas y abonos, al igual que las estrategias para fomentar las ventas y los gastos en las medidas de seguridad e higiene para acondicionar los espacios.

La estructura de este Trabajo Fin de Grado se ha dividido principalmente en dos secciones. En primer lugar, el análisis económico previo a la COVID-19, fraccionado en capítulos según la información recopilada y estudiada de los clubes deportivos, los teatros y los festivales de música. Y, en segundo lugar, el análisis cronológico de las circunstancias y condiciones a partir de saltar el estado de alarma en marzo del 2020, fraccionada también en capítulos al igual que la sección anterior.

Focalizándose de este modo en los aspectos comerciales del *Real Valladolid Club de Fútbol*, el *Club Baloncesto Ciudad de Valladolid*, actualmente renombrado como el *Real Valladolid Baloncesto*, y el *Club Deportivo de Balonmano Aula* para entender la importancia de la actividad deportiva en dicha ciudad. Por otro lado, el *Teatro Calderón*, el *Teatro Cervantes* y el *Teatro Carrión* por ser tres principales espacios culturales vallisoletanos, y de cara a los eventos musicales organizados en la capital se ha elegido el “*Valladolindie*” y el “*Conexión Valladolid Festival*”.

Lo que se pretende con el estudio es que se vea cómo las organizaciones han afrontado esta problemática y aparte proponemos una comparación de los cambios que se han ocasionado en la economía y en el comercio de los negocios.

1.3 METODOLOGÍA

La información obtenida para el análisis y la investigación se ha recopilado de diferentes fuentes de referencia tales como páginas web oficiales, artículos de prensa o blogs, entre otros enlaces.

Conjuntamente se ha dialogado con los presidentes, directores y miembros de las organizaciones deportivas y culturales, facilitándonos de este modo otros puntos de vista que han sufrido las organizaciones durante el 2020. Exponiendo debidamente las reflexiones adecuadas al tema.

A continuación, se muestra un listado de las personas con las que se ha contactado para comprender la evolución que han sufrido las organizaciones donde desempeñan sus funciones.

Nombre y apellidos	Cargo	Corporación
Jorge Santiago	Director del Área Corporativa	<i>Real Valladolid Club de Fútbol, S.A.D.</i>
Cayetano Cifuentes	Presidente	<i>Club Deportivo de Balonmano Aula</i>
Miguel Ángel Abril	Gerente	<i>Club Deportivo de Balonmano Aula</i>
Víctor Manuel Gómez	Ex miembro del departamento de informática	<i>Teatro Calderón</i>
Marta García	Responsable de marketing y comunicación	<i>Teatro Calderón</i>
Sara Izquierdo	Coordinadora de Sala	<i>Teatro Calderón</i>
Francisco de la Fuente	Propietario	<i>Teatro Cervantes</i>
Belén Rodríguez	Directora de prensa y comunicaciones	<i>Teatro Carrión</i>
Álvaro Vidal	Director	<i>PaSiÓN Eventos/Management y del "Conexión Valladolid Festival"</i>
Manuel Álvarez Pérez	Profesor Asociado	<i>Universidad de Valladolid</i>

Tabla 01. Personas con las que se ha contactado y/o dado información relevante para el análisis. Fuente: elaboración propia.

2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN PREVIA A LA COVID-19 EN LOS SECTORES OBJETO DE ESTUDIO EN VALLADOLID

2.1 CLUBES DEPORTIVOS

2.1.1 Introducción

La historia y las situaciones a las que se han tenido que enfrentarse los diferentes clubes deportivos en la provincia de Valladolid durante años ha sido muy diversa. El *Real Valladolid Club de Fútbol, S.A.D.*³, el *Club de Baloncesto Ciudad de Valladolid*⁴ y el *Club Deportivo de Balonmano Aula* son tres de los clubes de la ciudad vallisoletana con más influencia en el deporte.

Desde el punto de vista histórico y económico podremos apreciar y comparar los caminos que han presentado cada uno, en cuanto a sus actividades principales y los servicios que ofrecen.

2.1.2 Real Valladolid Club de Fútbol, S.A.D.

Uno de los clubes más prestigiosos de la ciudad vallisoletana es el *Real Valladolid Club de Fútbol*, con más de noventa años de antigüedad. Esta sociedad anónima deportiva tuvo como sede en un principio el *viejo Estadio José Zorrilla* y hoy en día el denominado únicamente *Estadio José Zorrilla*, con un aforo de 27.618 personas (El Norte de Castilla, 2019).

Entre las categorías inferiores del club nos podemos encontrar: alevines, infantiles, cadetes, y juveniles. Sin dejar de lado los equipos profesionales como el “*Real Valladolid Club de Fútbol Promesas*⁵” y la plantilla del primer equipo del club.

Se ha contactado en varias ocasiones con Jorge Santiago para conocer más detalles sobre la sociedad anónima deportiva, sin embargo, tras varios e-mails enviados y llamadas telefónicas no se ha podido comunicar la situación del *Real Valladolid Club de Fútbol* ni sobre el *Real Valladolid Baloncesto*. Por consiguiente, lo que se muestra a continuación ha sido obtenido de otras fuentes de información.

³ Sociedad Anónima Deportiva, forma jurídica que deben adquirir los clubes deportivos que compiten en actividades profesionales oficiales a nivel estatal.

⁴ También denominado *CBC Valladolid*.

⁵ Equipo filial del *Real Valladolid Club de Fútbol*, más conocido como *Real Valladolid Promesas* o, únicamente *Promesas*.

El club vallisoletano comenzó la temporada 2018/2019 cambiando su presidente de Carlos Suarez Sureda a Ronaldo Luís Nazário de Lima, más conocido como Ronaldo⁶, además del ascenso del primer equipo a la *LaLiga Santander*⁷ (Pérez J., 2018). Dos sucesos que marcaron nuevos comienzos para el club y el primer equipo.

Durante el verano del 2018, la organización lanzó la campaña de abonados cuyo lema fue denominado: “*Contigo es real*”. Gracias a ella se batió el récord de abonados para el club, llegando a alcanzar los 20.000 carnés vendidos, habiendo incluso lista de espera. Mencionar los 9.013 abonos gratuitos, debido a la promesa de su antiguo presidente por el ascenso a la categoría de primera división (Colás L., 2018).

Durante esa misma temporada, la *Fundación Real Valladolid*⁸ junto a la *Fundación Personas*⁹, promovieron la incorporación de un nuevo equipo de fútbol al club, denominado “*Real ValladolidI*”, para jugadores con discapacidad intelectual, disputando *LaLiga Genuine Santander*¹⁰ 2018/2019. La intención de este proyecto fue la inclusión e integración de las personas discapacitadas al club, además de la igualdad entre personas (R.V., 2018).

Tras las modificaciones en el *Estadio José Zorrilla*, el *Real Valladolid* realizó su nueva campaña de abonos en la temporada 2019/2020 con el lema “*Prepárate*”. Consiguiendo un total de 22.212 abonados junto a un presupuesto de unos 55,4 millones de euros para dicha temporada. Estas modificaciones se han notado en la incorporación de la nueva *grada foso* y la *experiencia banquillo* en las que se puede disfrutar del partido con vistas más próximas al terreno de juego.

Los abonos para dicha temporada se podían diferenciar en cuatro categorías: “infantil” (de 0 a 12 años), “joven” (de 13 a 25 años), “adulto” (de 26 a 59 años) y “senior” (más de 60 años), dejando de lado el antiguo abono familiar para hijos menores de edad. En cuanto a los importes de estos abonos se podían observar los más económicos para la categoría “infantil” por 122€ o los 182€ para un abono “joven” ambos en la grada sur del estadio. Mientras que los abonos más valiosos se podían encontrar para las zonas privadas del “antepalco”, del “palco superior” o en la “tribuna palco”, siendo este último de 1.512€,

⁶ Exfutbolista internacional brasileño nacionalizado español, cuya trayectoria está marcada por jugar en grandes equipos de fútbol como el *Inter de Milán* o el *Real Madrid*.

⁷ Campeonato Nacional de Liga de Primera División masculina de fútbol patrocinado por la entidad española Banco Santander desde la temporada 2016/2017.

⁸ Entidad sin ánimo de lucro fundada en 1998 para comunicar la Responsabilidad Social Corporativa del *Real Valladolid Club de Fútbol*.

⁹ Corporación de Castilla y León que promueve la inclusión social y laboral de las personas con discapacidad intelectual.

¹⁰ Liga de fútbol para personas con discapacidad, originada por la Fundación de la liga española de fútbol cuyo principal patrocinador es el *Banco Santander*, de ahí el nombre completo.

puesto que todos ellos disponen de climatización, pantalla de plasma, alineaciones, mobiliario, servicios de catering, azafatos y aparcamiento (R.V., 2019).

Comparando los importes de las entradas y de los abonos del *Real Valladolid Club de fútbol* con otros clubes de otros deportes situados en la ciudad pucelana, podemos observar una elevada cuantía en dichos abonos y entradas por parte del club futbolero.

A continuación, en la Ilustración 01 se muestran las zonas diferenciadas del *Estadio José Zorrilla* para las ubicaciones de dichos abonos y entradas que se deseaban adquirir, encontrándonos cuatro zonas: “Norte”, “Sur”, “Este” y “Oeste”. Mientras que en la Ilustración 02 se puede apreciar los importes de los abonos, con IVA incluido, para la temporada 2019/2020, diferenciados por zonas y categorías.



Ilustración 01. “Estructura del Estadio José Zorrilla diferenciada por zonas”. Fuente: (R.V., 2019).

	0-12 AÑOS	13-25 AÑOS	26-59 AÑOS	60+ AÑOS
OESTE				
● TRIBUNA ESPECIAL (518-519)	345 €	521 €	635 €	628 €
● TRIBUNA (514-515-516-517-520-521-522-523)	294 €	440 €	587 €	530 €
● PREFERENCIA ESPECIAL (321-322-323)	311 €	456 €	621 €	531 €
● PREFERENCIA (219-220-224-225)	264 €	395 €	527 €	476 €
● GRADA ESPECIAL (221-222-223)	236 €	353 €	471 €	426 €
● GRADA (219-220-224-225)	199 €	299 €	398 €	360 €
● GRADA FOSO ESPECIAL (21-124)	259 €	389 €	519 €	469 €
● GRADA FOSO (119-120-125-126)	219 €	328 €	438 €	396 €
ESTE				
● TRIBUNA ESPECIAL (505-506-507-508-509)	252 €	377 €	503 €	455 €
● TRIBUNA (506-503-504-510-511-512-513)	213 €	319 €	425 €	384 €
● PREFERENCIA ESPECIAL (303-304-305)	252 €	377 €	503 €	455 €
● PREFERENCIA (301-302-306-307)	213 €	319 €	425 €	384 €
● GRADA ESPECIAL (203-204-206)	188 €	281 €	375 €	339 €
● GRADA (201-202-205-207)	159 €	238 €	317 €	289 €
● GRADA FOSO ESPECIAL (103-104-105)	206 €	310 €	413 €	373 €
● GRADA FOSO (101-102-106-107)	174 €	262 €	349 €	315 €
NORTE				
● TRIBUNA NORTE (324-325-326-327-328-329-330-331-332-333-334-335-336)	142 €	213 €	294 €	257 €
● PREFERENCIA (226-227-228-229-230-231-232-233-234-235-236)	156 €	233 €	311 €	281 €
● GRADA NORTE (226-227-228-229-230-231-232-233-234-235-236)	139 €	208 €	277 €	250 €
● GRADA FOSO (327-328-329-330-331-332-333-334-335-336-337)	152 €	229 €	305 €	275 €
SUR				
● GRADA SUR (208-209-210-211-212-213-214-215-216)	122 €	182 €	243 €	220 €
● GRADA FOSO (108-109-110-111-112-113-114-115-116)	134 €	200 €	267 €	242 €

Ilustración 02. “Importes de los abonos para la temporada 2019/2020 del Real Valladolid Club de Fútbol”. Fuente: (R.V., 2019).

El *Real Valladolid* estos últimos años ha facilitado la renovación de los abonos de modo online, ahorrando a los futuros socios el desplazamiento y la espera hasta las oficinas de *Atención al Abonado*. Sin embargo, para tramitar el cambio de ubicación en el estadio, sí que era necesario acudir a las oficinas del club situadas en el estadio, anteriormente localizables en pleno centro de la ciudad vallisoletana.

Ser socio del *Real Valladolid Club de Fútbol* incluye disfrutar de los partidos del primer equipo, pero también del “*Real Valladolid Promesas*”, del “*Real Valladolid B*”, y del resto de los equipos pertenecientes a la cantera del club pucelano. Además del disfrute de distintos descuentos, tanto en la tienda de la página web del *Real Valladolid* como en el establecimiento físico (R.V., 2019).

En cuanto al patrocinio, el club vallisoletano ha firmado contratos a lo largo de su historia con marcas reconocidas como es el caso de *Hummel*¹¹, *Bodega Cuatro Rayas*¹², o la antigua *Caja España*¹³, entre otras. En estas últimas temporadas y tras finalizar los contratos con alguna de las marcas anteriormente mencionadas, el club ha optado por la firma de contratos con otras marcas conocidas como *Adidas*, *Coca Cola*, *Air Europa*, *CaixanBank* y *Estrella Galicia*, entre otras varias.

Si nos centramos en el impacto económico del club, cabe mencionar que el *Estadio José Zorrilla* es propiedad del *Ayuntamiento de Valladolid* por lo que para su disfrute se tiene en cuenta un contrato de uso. Pese a las noticias publicadas en distintos medios de comunicación por las negociaciones de compra, actualmente dicho espacio sigue siendo propiedad del *Ayuntamiento* de la ciudad. Aunque para el proyecto de la *Ciudad Deportiva* y las mejoras en el estadio, sí que se mantuvieron reuniones entre la institución y la entidad deportiva durante el 2019.

Gracias a la *VI Edición de las Jornadas de Marketing Deportivo* celebrada en la *Facultad de Comercio* de Valladolid en diciembre del 2019 y protagonizada por David Espinar, director del Gabinete de Presidencia del *Real Valladolid S.A.D.*, pudimos conocer la evolución de la deuda que presentaba el club con su anterior presidente. Siendo ésta de cinco millones de euros y que gracias al ascenso del primer equipo a primera división se pudo estructurar finalmente en pagos de más de 200.000€ al año para terminar de pagarla en cuatro años.

¹¹ Organización danesa con origen alemán, encargada de producir ropa y calzado deportivo.

¹² Empresa ubicada en una población cercana a Valladolid cuya actividad principal es la producción y embotellamiento del vino.

¹³ Primera entidad financiera de Castilla y León de inversiones y cajas de ahorros, actualmente denominada *Unicaja Banco* por su fusión con *Caja Duero*.

Otra de las medidas creadas por el club y que ha supuesto un impacto económico para la ciudad de Valladolid es la “*Pucela Fan Zone*”. Un espacio abierto horas antes de comenzar los partidos con servicios de comida y bebida, así como actividades para todos los públicos. Iniciativa establecida para evitar las aglomeraciones de los aficionados en las entradas del estadio antes de los 30-15 minutos que empieza el partido de fútbol.

2.1.3 Club de Baloncesto Ciudad de Valladolid

La ciudad de Valladolid también ha contado con equipos de baloncesto que han perseguido durante estos últimos años estar en la *Liga ACB*¹⁴. Tras el fracaso económico del *Club Baloncesto Valladolid*¹⁵, en el 2015 se crea el *Club Baloncesto Ciudad de Valladolid*, siendo su presidente Mike Hansen y su sede principal el *Pabellón Polideportivo Pisuerga*, con un aforo de 6.800 personas, en el que los equipos de este club realizan sus entrenamientos y partidos oficiales.

Según la *Federación de Baloncesto de Castilla y León*, el club anteriormente mencionado ha contado con las siguientes categorías: preinfantil, infantil, cadete, junior, y minibasket todo ellas masculinas. Sin olvidarse de los equipos profesionales de la plantilla que disputan la *LEB Oro*¹⁶ y la *Liga EBA*¹⁷ (F.B. de CyL, 2020). Mencionar que desde la temporada 2017/2018 hasta la temporada 2019/2020, el primer equipo del club vallisoletano se denominaba “*Carramimbre CBC Valladolid*”, debido a su principal patrocinador *Bodegas Carramimbre*¹⁸.

Durante el verano del 2019, el departamento de comunicación del “*Carramimbre CBC Valladolid*” lanzó la campaña de abonados con el lema “*Juntos a lo más alto*”, consiguiendo más de 1.300 abonados que acompañaron al primer equipo en el *Polideportivo Pisuerga* durante la temporada 2019/2020 (Tribuna Valladolid, 2019).

Gracias a la Ilustración 03 podemos observar los importes de los abonos para dicha temporada, teniendo en cuenta únicamente las edades de los aficionados, y no la ubicación en el polideportivo como en otras ocasiones se realizó. Encontrándonos dos períodos distintos para la adquisición o renovación de los abonos, siendo el primero hasta el 12 de julio y el segundo a partir de esta fecha. Existiendo de este modo, un rango de abonos

¹⁴ Siglas pertenecientes a la *Asociación de Clubes de Baloncesto*. Es la Competición masculina de baloncesto profesional en España, debido al patrocinio también se la denomina *Liga Endesa*.

¹⁵ Antiguo club de baloncesto en Valladolid, también conocido como *Fórum Valladolid*.

¹⁶ Siglas pertenecientes a *Liga Española de Baloncesto Oro*, competición de segundo nivel organizada por la *Federación Española de Baloncesto* cuyo ascenso es a la *Liga ACB*.

¹⁷ Siglas pertenecientes a *Liga Española de Baloncesto Aficionado*, competición de cuarto nivel organizada por la *Federación Española de Baloncesto* cuyo ascenso es a la *LEB Plata*, categoría inferior a la *LEB Oro*.

¹⁸ Empresa ubicada en Peñafiel, municipio de Valladolid, cuya actividad principal es la producción y comercialización de vino.

entre los 10€ para los infantiles, según el abono “ardilla mini”, y, los 175€ como máximo para el abono “general” de personas con edades superiores a los 14 años si se tramitaba a partir del 12 de julio (N.S.P., 2019).

	HASTA EL 12 DE JULIO	RESTO DE CAMPAÑA
GENERAL	165€	175€
ARDILLA	45€	55€
ARDILLA MINI	10€	10€
ESPECIAL	110€	125€
CARNÉ JOVEN	99€	105€
GENERAL FAMILIAR	155€	165€
ARDILLA FAMILIAR	40€	50€

Ilustración 03. “Importes de los abonos del Carramimbre CBC Valladolid temporada 2019/2020”.
Fuente: (N.S.P., 2019).

Cabe mencionar que el club de baloncesto vallisoletano para la campaña de abonados 2019/2020 aumentó sus importes en un 10% con respecto a la temporada anterior. Aunque volvió a poner en marcha la posibilidad de utilizar el *Carné Joven Europeo* para la adquisición de abonos, ofreciendo descuentos para las personas de 14 a 30 años y abonos por 105€ como máximo.

Otra de las novedades que hubo para dicha temporada fueron los descuentos para familias de tres o más miembros, además de la adquisición de cuatro invitaciones para las categorías de abonos “general” y “especial” impulsando de este modo, la asistencia de los espectadores al *Polideportivo Pisuegra*.

Analizando y comparando los abonos del “*Carramimbre CBC Valladolid*” y del club de baloncesto anteriormente conocido como “*Chocolates Trapa¹⁹ Palencia*” en la temporada 2019/2020, podemos decir que los importes de este último fueron más variados con respecto a los del *Carramimbre*. Existiendo categorías distintas según la edad de la persona y la ubicación de la grada, encontrándonos abonos para menores de edad por 110€ como máximo o igualmente abonos adultos por 170€. Además de la variedad a la

¹⁹ Compañía española, ubicada en la provincia de Palencia, experta en la producción de chocolates, bombones o turroneos entre otros. Además, fue el principal patrocinador del equipo de baloncesto palentino hasta la temporada 2019/2020.

hora de optar por un “abono familiar”, “abonos para grupos de más de 10 personas”, “abonos VIP” o “abonos baby” para los menores de cinco años (P.B., 2019).

Desde el punto de vista económico no son precios muy elevados si se compara con los abonos de otros deportes, sin embargo, equiparado a otros clubes que disputan la *LEB Oro*, sí que los importes de algunos de los abonos del *Carramimbre* son ligeramente superiores.

Respecto a la tramitación de la renovación o a la adquisición de los abonos, ambas acciones se podían hacer en las oficinas del *CBC Valladolid* ubicadas en el *Polideportivo Pisuerga*, o, de manera telemática a través de su página web. Esta última opción facilita la gestión de los abonos desde los hogares sin necesidad del traslado y la dependencia del horario de las oficinas (N.S.P., 2019).

Cabe mencionar que el club de baloncesto vallisoletano durante las últimas temporadas ha empleado distintas estrategias de marketing como el lanzamiento de campañas de abonados para las segundas vueltas de la competición o, promociones para estimular las ventas de abonos y la asistencia del público al polideportivo (Valladolid Deporte, 2019).

2.1.4 Club Deportivo Balonmano Aula

Otro de los clubes de la ciudad vallisoletana más respetados es el *Club Deportivo Balonmano Aula*, una organización sin ánimo de lucro, fundada en abril de 1986 en el barrio vallisoletano “*Pajarillos*”, siendo actualmente su presidente Cayetano Cifuentes. En los últimos años dicho club ha contado con plantillas para las siguientes categorías destacadas: alevín, infantil, cadete, juvenil y senior, todas ellas diferenciadas por edades y géneros, masculino y femenino.

El equipo estrella del club es el “*Aula Alimentos de Valladolid*” Femenino, debido a que en la temporada 2012/2013 consiguieron el ascenso a la categoría de *División de Honor Femenina de Balonmano*²⁰, gracias a un segundo puesto en la *División de Honor Plata Femenina de Balonmano*. Cabe mencionar que desde esa temporada el equipo se ha mantenido en dicha competición.

Un dato destacado es que el “*Aula Alimentos de Valladolid*”, al igual que el “*Recoletas Atlético Valladolid*”, principal equipo vallisoletano masculino de balonmano, entrenan y compiten en el *Pabellón Polideportivo Huerta del Rey* de Valladolid con un aforo

²⁰ Competición principal del balonmano femenino en España, también conocida como la *Liga Guerreras Iberdrola*.

para 3.502 personas. A pesar de que el equipo del club *Aula* comenzó sus encuentros en el *Polideportivo Cristóbal Colón* de la ciudad vallisoletana.

El *Club Deportivo de Balonmano Aula* durante estos últimos años ha tenido el respaldo de diferentes patrocinadores. Gracias a su página web existe un apartado dentro de la sección *El Club*²¹ diferenciándoles en varias clases: “oro”, “plata”, “bronce” y “amigos asociados”, además de instituciones vallisoletanas y medios de comunicación. Entre todos ellos podemos destacar la postura de *Alimentos de Valladolid*²², siendo el principal patrocinador para el club deportivo.

Respecto a los diferentes convenios y/o contratos establecidos con las plataformas de televisión, la gerencia del club, tras una entrevista realizada a Miguel Ángel Abril, nos ha indicado que esto es un asunto gestionado directamente por la *Real Federación Española de Balonmano*. Por lo que el club *Aula* no nos ha podido facilitar este tipo de información.

En cuanto a la gestión y planificación de las campañas de abonados son los departamentos de marketing y de prensa los encargados de la elección del lema, actuando sobre la base de datos de abonados de la temporada anterior, así como la captación de nuevos abonados a través de las redes sociales oficiales y su página web. Lanzando normalmente en los meses de verano las nuevas campañas de abonados para disfrutar de los partidos del primer equipo del *Club Deportivo de Balonmano Aula*.

En el caso de la temporada 2019/2020 dicha campaña fue denominada “*¡Soy del Aula, soy de Valladolid... y ahora, a Europa!*”. En un primer momento, se realizó una promoción durante dicho verano para fomentar la adquisición y renovación de los abonos consiguiendo una bufanda del club.

En cuanto a los importes para asistir como espectador/a del “*Aula Alimentos de Valladolid*” se han mantenido exactamente igual a los de la temporada anterior (Caballo M., 2019). Gracias a la Ilustración 04 se puede observar el lema de la campaña, junto a los colaboradores y pequeños detalles de dónde encontrar toda la información de los abonos.

²¹ Sitio web del *Club Deportivo de Balonmano Aula*: <https://bmaula.es/>

²² Marca impulsada por la *Diputación de Valladolid* para reunir los artículos agroalimentarios de la provincia de Valladolid. Principal patrocinador del *Club Deportivo Balonmano Aula*, de ahí la utilización del nombre para el primer equipo.



Ilustración 04. "Cartel sobre la campaña de abonados del Club Deportivo de Balonmano Aula para la temporada 2019/2020". Fuente: (Carballo M., 2019).

A través de la página web del *Club Deportivo Balonmano Aula* se facilita un apartado denominado *Abonos* para acceder a la solicitud de los abonados de la temporada, sin necesidad de acudir a sus oficinas. Encontrando abonados individuales por 85€, abonados para los menores de 18 años, persona discapacitada, desempleada, jubilada o universitaria por 50€, o abonados "BM Escolar", entendiéndose por técnicos, delegados, jugadoras, jugadores, o personas federadas por 35€.

Una vez se tenga claro el abono que se desea, podrá hacer clic sobre él, rellenar la información que pide, y terminar el proceso eligiendo la opción de enviar el carné por correo postal a un domicilio con un coste adicional de 3€ o recogerlo en la sede del club situado en la calle de la Cigüeña en Valladolid. Terminado el proceso anteriormente mencionado se podrá disfrutar de los partidos del "Aula Alimentos de Valladolid" en la *Liga Guerreras Iberdrola* y en la *Copa de la Reina* en el *Polideportivo Huerta del Rey*.

Hay que mencionar que durante la temporada 2018/2019 el primer equipo consiguió por primera vez el pase a la competición europea *Challenge Cup Femenina*, aunque en los abonados no se incluía el disfrute de dichos partidos.

Con respecto a las estrategias de fidelización empleadas por el club *Aula* nos hemos encontrado con descuentos de un 15% sobre el importe del nuevo abono si en la temporada anterior obtuvo uno. O, el lanzamiento de una segunda campaña de abonados, siendo impulsada para el disfrute de la segunda vuelta de la *Liga Guerreras*. De este modo, se fomentaba la asistencia del público a las instalaciones, se conseguían nuevas aportaciones y se animaba al primer equipo.

Tras la entrevista realizada a Miguel A. Abril, también hemos podido descubrir que la organización no detalla un estudio sobre los impactos económicos de las acciones comerciales que realizan durante las temporadas. Al ser esta escuela de balonmano una sociedad sin ánimo, los gastos causados por el club se localizan en el disfrute de las instalaciones, los viajes de las competiciones y el mantenimiento de sus empleados. Mientras que los ingresos los obtienen de sus colaboradores y de las campañas de abonados, principalmente, todo ello invertido en las mejoras futuras del club.

2.2 ESPACIOS CULTURALES (TEATROS)

2.2.1 Introducción

Valladolid es una ciudad que dispone de una cultura muy diversa, al igual que sus lugares para celebrar las actuaciones y representaciones a lo largo de los años. El *Teatro Calderón*, el *Teatro Cervantes* y el *Teatro Carrión* son tres de los espacios culturales analizados, en virtud de que son tres principales localidades emblemáticas de la ciudad. Año tras año acogen espectáculos variados con público que en muchas ocasiones llena las salas principales de estos establecimientos culturales.

A continuación, se podrá conocer y comprender la situación previa al COVID-19 de los teatros anteriormente mencionados. El funcionamiento de sus actividades, las salas principales, el sistema utilizado para la venta de abonos y entradas o el impacto generado, entre otros aspectos.

2.2.2 Teatro Calderón

El *Teatro Calderón*²³ de Valladolid es un espacio cultural para disfrutar de obras de danza, de ópera, de teatro, de ballet, entre otros tipos de espectáculos para todos los públicos. El teatro fue inaugurado en septiembre de 1864, cuyo nombre se debe al poeta y dramaturgo español *Calderón de la Barca*, siendo actualmente su poseedor el *Ayuntamiento de Valladolid*. Al ser un espacio público esta institución protege y gestiona directamente sus servicios, a través de la *Fundación Municipal de Cultura*²⁴, adscrita al *Área de Cultura y Turismo*.

Durante todos estos años han actuado compañías reconocidas e ilustres nacionales e internaciones tales como la “*Compañía Nacional de Teatro Clásico*”, el “*Teatre Nacional*

²³ Sitio web del *Teatro Calderón*: <https://tcalderon.com/>

²⁴ Corporación local con personalidad jurídica independiente originada por el *Ayuntamiento de Valladolid* para la producción, gestión, y expansión de ejercicios culturales.

de Catalunya”, la “Compañía Nacional de Danza”, el “Ballet Nacional de Cuba”, el “Teatre Lliure” o el “Royal Swedish Ballet”, entre otras.

Actualmente el teatro dispone de una estructura con cinco salas diferentes adaptadas a los eventos que se deseen celebrar. En primer lugar, la “Sala Principal” con un aforo de 961 personas para la realización de actos programados. Gracias a la Ilustración 05 y a la Ilustración 06 podemos observar la disposición de la “Sala Principal” junto con la leyenda de cada zona.



Ilustración 05. “Distribución de las localidades de la “Sala Principal” del Teatro Calderón”. Fuente: elaboración propia según datos de la web del teatro.

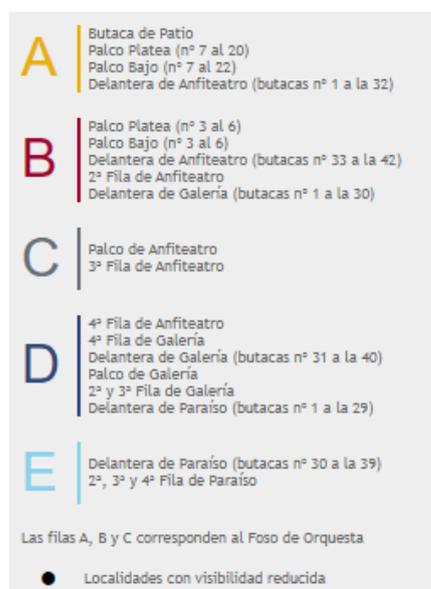


Ilustración 06. “Leyenda sobre la distinción por zonas de las localidades de la “Sala Principal” del Teatro Calderón”. Fuente: elaboración propia según datos de la web del teatro.

Los importes de las entradas para las actuaciones en la esta sala anteriormente mencionada dependen de la ubicación de estas. El espacio cómo se puede observar en las ilustraciones está dividido en cinco zonas: “A”, “B”, “C”, “D” y “E”, siendo la primera la más cercana al escenario y por tanto la más costosa, mientras que la última es la más económica debido a la lejanía.

Otro de los espacios con los que cuenta el *Teatro Calderón* es la “Sala Delibes”, con un aforo para 203 personas, ideal para congresos, conferencias, premios, etcétera. La “Sala de Prensa” con un aforo para 50 personas en la que se puede organizar entrevistas o ruedas de prensa, y el “Salón de los Espejos”, la “Foyer Galería” o la “Foyer Palcos Bajos” con el fin de realizar actos culturales, reuniones de empresas, exposiciones, aperitivos o comidas.

Se contactó en un primer momento con Víctor Manuel Gómez y al no continuar su labor en el teatro nos facilitó el contacto de Marta García y de Sara Izquierdo. Sin embargo, tras varios e-mails enviados no se ha podido comunicar la situación de este espacio cultural. Por este motivo, lo que a continuación se refleja ha sido obtenido de otras fuentes de información.

Con respecto a la programación del *Teatro Calderón*, durante las temporadas anteriores, podemos apreciar la realización de obras un único día, siendo en ocasiones un especial de navidad o, por el contrario, espectáculos que abarcan de dos a cinco días, pudiendo elegir la fecha que mejor convenga. La mayoría de estas actuaciones normalmente se suelen planificar para los viernes, sábados y domingos, ya que son días pertenecientes al fin de semana y las personas puede dedicar mayor tiempo a su ocio.

La política de precios utilizada por el teatro varía dependiendo de la obra, muchas de ellas suelen tener un rango de 10€ a 50€, salvando alguna obra reconocida en la que podemos encontrar un importe superior. O, espectáculos infantiles con un precio entorno a los 6€, siempre con la compañía de un adulto (Info V., 2018).

En las últimas programaciones del teatro, de igual modo, nos informan sobre la venta en la taquilla de entradas anticipadas. Pudiendo en algunos casos adquirirlas de entre un mes a tres meses antes de la realización de las obras, para que se pueda planificar con tiempo. O a través del servicio *MG Ticker*²⁵ disponible las 24 horas del día en la página web del teatro para la compra de entradas, siendo su procedimiento muy sencillo. En primer

²⁵ Empresa encargada de la venta de entradas online del *Teatro Calderón* de Valladolid.

lugar, se selecciona el espectáculo, a continuación, la zona y las localidades que se desean ocupar y por último se rellenan una serie de datos que pide a modo de seguridad.

Por otra parte, la organización del teatro informaba detalladamente sobre el reembolso de las entradas para aquellos casos en los que se cancelen las actuaciones, la modificación de la programación, la disposición y utilización de las localidades, la recogida de las entradas adquiridas por Internet y el acceso de los menores a las instalaciones del teatro. Con todas estas explicaciones lo que se quiere conseguir es el conocimiento de la normativa aplicada, evitando en todo momento la insatisfacción de los espectadores y las posibles reclamaciones.

Durante estos últimos años los distintos departamentos del *Teatro Calderón* han utilizado diferentes estrategias de fidelización, siendo una de ellas la creación de un “Abono de temporada”, para las personas que desean disfrutar de distintos espectáculos estrenados en las salas. Con relación a los diferentes importes de estos abonos, y enfocándonos en la programación de la temporada 2019/2020, se podían conseguir desde los 140€ hasta los 410€, pudiendo elegir entre tres turnos distintos, uno los viernes, otro los sábados y el último los domingos. El período de tiempo para su renovación se reservaba para la primera quincena de julio, acudiendo a las taquillas del teatro o por vía online, métodos también elegidos en el caso de que se desee adquirir nuevos abonos. Sin embargo, para los cambios de las localidades sólo se podrían hacer dos días específicos y acudiendo a la taquilla

Otra de las estrategias de fidelización del *Teatro Calderón* es el “Abono de siete espectáculos” mayormente dirigidos para el disfrute de obras de teatro y danza. Ofreciendo la posibilidad de disponer de una misma localidad en la “Sala Principal” del teatro y de renovarlo cada año.

Estos últimos años la organización del *Teatro Calderón* ha impulsado en las taquillas la tarjeta gratuita “*Calderón Joven*” fomentando la asistencia al teatro de personas entre 16 y 30 años. De este modo, los jóvenes podrían disfrutar de obras programadas en el teatro por 5€ o 10€, además de otras promociones. El éxito de esta tarjeta se percibió en el teatro dado que se consiguieron 900 inscripciones en la temporada 2019/2020.

Este espacio cultural también es conocido por ser la sede principal y la sala de proyección de la “*Semana Internacional del Cine de Valladolid*”²⁶, celebrados en la mayoría de sus ediciones durante el mes de octubre. Es un festival cinematográfico que cada año

²⁶ También denominada *Seminci*.

acoge a miles de personas de la ciudad de Valladolid y de otras ciudades españolas, exhibiendo las principales obras de autor a nivel nacional e internacional.

Teniendo presente la 64 Edición²⁷ de la “*Semana Internacional del Cine de Valladolid*” celebrada en octubre del 2019 podemos apreciar la importancia de este acto para el *Teatro Calderón*. Comenzando el evento con la “Gala de Inauguración” realizada el primer día y cerrando la semana con la “Gala de Clausura”. Proyectando entre medias más de treinta sesiones distintas con “Secciones Oficiales” y pases de prensa para conocer detalles de los directores, actrices y actores. Empezando las sesiones a las 9:00 horas y cerrando la última a las 22:30 horas.

Hay que mencionar que el *Teatro Calderón* al tratarse de un espacio público del *Ayuntamiento de Valladolid*, cualquier persona mayor de edad puede alquilar las salas del local en los períodos de tiempo que no se utilicen para otros actos o actuaciones, obteniendo de este modo ingresos por los espacios utilizados.

Si nos centramos en el impacto económico que ha generado el teatro podemos destacar las miles de personas que han acudido estos últimos años a las instalaciones para visualizar los espectáculos y actuaciones programadas. Tanto de la ciudad de Valladolid como de otras poblaciones que se desplazan a la capital, estimulando de este modo el turismo, influyendo además en la hostelería, la gastronomía, el transporte y el ocio.

2.2.3 Teatro Cervantes

El *Teatro Cervantes*²⁸ de Valladolid representa otro de los espacios emblemáticos de la ciudad para el disfrute de obras y espectáculos completos y variados. Inaugurado en septiembre de 1857, siendo uno de los más antiguos de toda España. Dicho espacio es una empresa privada cuyo propietario actualmente es Francisco de la Fuente, también conocido por ser el antiguo dueño de los *Cines Roxy* de la ciudad vallisoletana.

La actividad del teatro engloba el contacto y la contratación de los artistas, la venta de las entradas, la limpieza del local y el servicio de bar dentro del establecimiento, disponiendo para ello diferentes plantillas de empleados y empleadas. Entre las distintas funciones programadas se pueden encontrar artes escénicas, obras de teatro, musicales o recitales de poesía, entre otros. Sin olvidar los actos educativos de su cartera de teatro escolar dirigidos a los centros educativos del territorio nacional en diferentes idiomas.

²⁷ Programación completa de la 64 Edición de la *Seminci*. Sitio web de la *Semana Internacional de Cine de Valladolid*: <https://n9.cl/sh50>

²⁸ Sitio web del *Teatro Cervantes*: <https://www.teatrocervantesva.es/>

El establecimiento dispone de una única sala, la “Sala Principal” para representar las actuaciones, con un aforo de 390 personas. Capacidad que en alguna ocasión han llegado a ocupar casi por completo, debido a la destacada programación planificada.

En la mayoría de los espectáculos podemos diferenciar dos tipos de entradas, por un lado, la venta anticipada y, por otro lado, la venta de entradas el día del espectáculo con un valor ligeramente superior. La mayoría de las obras suelen tener importes que rondan entre los 10€ y 20€, a excepción de los espectáculos para los menores de edad.

Debido a que su público objetivo²⁹ en la mayoría de los casos son personas jubiladas o con edades avanzadas, la estrategia de precios del *Teatro Cervantes* dirigida a dichas personas ocasiona que los importes de las entradas se vean reducidos. Utilizando de este modo, una estrategia de fidelización que facilite el acceso y la venta de localidades del teatro a estas personas.

Tras una entrevista realizada a Francisco de la Fuente, hemos podido conocer más profundamente la situación previa al COVID-19 de dicho espacio, con relación a su funcionamiento y las gestiones desarrolladas durante los últimos años.

Comenzó informándonos cómo en el 2019 el teatro cerró la temporada con cerca de ochenta actuaciones estrenadas, sumando a mayores espectáculos de artes escénicas con artistas de la zona de Castilla y León organizados dos veces al mes. Conciertos, musicales o flamenco son algunas de las funciones que se pudieron disfrutar.

Las actividades programadas se desarrollaban los fines de semana, normalmente los sábados y los domingos, incluso en alguna ocasión los viernes o jueves para realizar una tercera función del espectáculo. Entre los meses más prometedores para el teatro han estado siempre abril y mayo junto a septiembre por celebrarse en dicho mes la *Feria y Fiestas de la Virgen de San Lorenzo* en Valladolid. Además de los meses de diciembre y enero por la programación especial durante las navidades, aprovechando el período de vacaciones escolares.

Al igual que el *Teatro Calderón*, el *Teatro Cervantes* también celebra en el mes de octubre la “*Semana Internacional del Cine de Valladolid*”. Proyectando en su “Sala Principal” las obras planificadas por la organización del festival cinematográfico. En su 64 Edición, celebrada en el 2019, el teatro dispuso de treinta y siete sesiones diferentes para la celebración de la *Seminci*, con un horario fijo de cuatro o cinco sesiones por día, facilitando la asistencia a las obras proyectadas. Comenzando a las 9:00 horas y

²⁹ O Target.

finalizando el día con la última sesión a las 21:45 horas. Diferenciando entre “Secciones Oficiales”, “Tiempo de Historia”, “Puntos de Encuentro”, “Doc. España”, “Cinema Pajarillos: un barrio de cine”, “Seminci Joven” o “Miniseminci”.

Sin poder expresarnos cifras concretas sobre el *Teatro Cervantes* por motivos de confidencialidad, Francisco de la Fuente nos ha comunicado que, desde el punto de vista económico, el teatro se ha mantenido con el paso de los años pese a temporadas difíciles para la cultura en España.

El impacto generado al igual que en el caso del *Teatro Calderón*, se manifiesta en la atracción del turismo proveniente de toda España. Aunque cabe mencionar que el *Teatro Cervantes* al ser una sociedad privada no tiene tanto apoyo del *Ayuntamiento de Valladolid*.

2.2.4 Teatro Carrión

Otro de los teatros más conocidos de la ciudad vallisoletana es el *Teatro Carrión*³⁰ situado en el centro de la capital. Corporación privada inaugurada en marzo de 1943 y cuyo nombre se debe al apellido de los primeros dueños del local. Durante años ha sido y es un espacio para disfrutar de música en directo, monólogos, obras de teatro y danza, artes escénicas, entre otros espectáculos. Como dato de interés podemos destacar que la fachada y la escalera del *Teatro Carrión* son consideradas *Patrimonio Histórico de la ciudad de Valladolid*.

En la entrada del establecimiento se puede localizar el servicio “*The Macbeth Corner Bar*” junto a la colaboración de *Heineken*. Un espacio dirigido para satisfacer las necesidades de los espectadores, antes y después de las actuaciones, centrándose en el disfrute y placer de la compañía y del ambiente.

El *Teatro Carrión* dispone de una única sala con un aforo total de unos 937 asistentes, dividida en dos plantas. Gracias a la Ilustración 07 podemos observar la disposición de la “Sala Principal” del teatro, diferenciada por las zonas localizables en el espacio. Por un lado, el “patio de butacas” situado en la parte baja del recinto y más cercana al escenario con un aforo de 516 personas y, por otro lado, el “anfiteatro” en la parte superior del recinto con 421 asientos, cómo se puede apreciar en la sección *Venta de Entradas* en su página web (Taquilla, 2020).

³⁰ Sitio web del *Teatro Carrión*: <https://teatrocarrión.com>

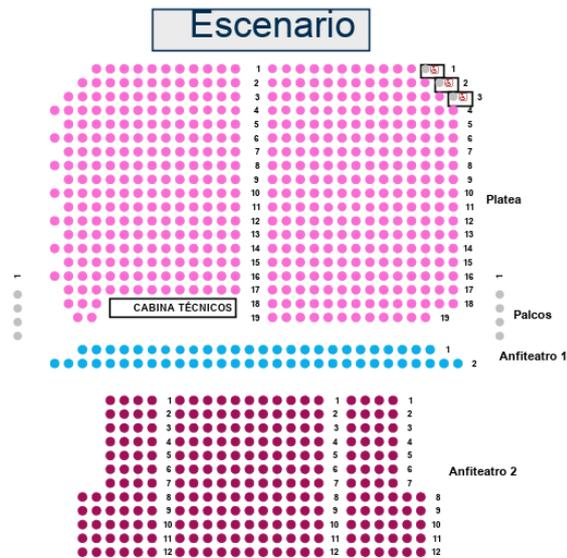


Ilustración 07. "Distribución de la "Sala Principal" del Teatro Carrión". Fuente: elaboración propia según datos de la web del teatro.

Con respecto a la adquisición de las entradas para las actuaciones programadas en el teatro existen dos formas distintas. Por un lado, la opción de acudir a la taquilla ubicada en la entrada de dicho establecimiento o, por otro lado, realizar la compra de las entradas desde su página web. La realización de esta última es muy sencilla, ya que facilitan un apartado para dicha compra. Primero muestran todos los espectáculos presentes y futuros de la programación, una vez seleccionada la actuación se elige la zona y los asientos que se desean ocupar, o si se prefiere existe la opción de que el teatro indique el mejor asiento, y por último se elige la forma de pago.

Se ha intentado contactar con Belén Rodríguez y tras varias llamadas de teléfono no se ha podido realizar una entrevista que nos facilite información sobre la corporación. Por ello, lo que a continuación se muestra ha sido obtenido de otras consultas y fuentes de información.

La política de precios del *Teatro Carrión* es similar a la del *Teatro Calderón*. Los importes de las entradas varían dependiendo de la zona de la butaca escogida y del espectáculo o actuación programada. En muchos casos el abanico de precios suele estar entre los 10€ y los 30€, sin diferencia de edades.

En el caso del *Teatro Carrión*, y al contrario que el *Teatro Calderón*, este no dispone de estrategias de fidelización por lo que no presta servicios tales como los abonos para toda la temporada, abonos por un número de espectáculos de teatro o danza, ni tarjetas jóvenes orientadas a realizar descuentos. Centrándose de este modo en la venta de entradas de los espectáculos individualmente.

Sin embargo, este espacio cultural al igual que el *Calderón*, permite el alquiler de la sala para la realización de eventos como bien se indica en la sección *Alquiler del Espacio* de su página web. Diferenciando de martes a jueves o de viernes a domingo, este último con un precio superior, incluyendo en el contrato la ficha técnica del teatro, los gastos del personal de montaje, limpieza, taquilla y acomodación.

La “*Semana Internacional del Cine de Valladolid*” también ha contado a lo largo de estos años con la proyección de sus obras en la “Sala Principal” del *Teatro Carrión*. Una semana dedicada a la visualización de sesiones oficiales para el disfrute del público y el conocimiento del cine de autor de diversos países.

Teniendo como referencia la programación del 2019 de la *Seminci*, en este espacio cultural se proyectaron treinta y siete sesiones distintas, al igual que el *Teatro Cervantes*, con un horario que iniciaba a las 9:00 horas y concluía el día con su última sesión a las 22:30 horas. De este modo, se permitía la proyección de cuatro o cinco obras por día, encontrándonos “Secciones Oficiales” cinematográficas, “Puntos de Encuentro” o “Seminci Joven” entre su programación.

Aunque no dispongamos de cifras concretas, gracias a todo lo mencionado anteriormente podemos comprender un impacto económico diferente al del *Teatro Calderón*, debido a que el *Carrión* no dispone de varias salas de actuaciones ni pertenece al *Ayuntamiento de Valladolid*. Sin embargo, existe un impacto similar en algunos aspectos, ya que acoge cada año a miles de personas de Valladolid y del resto de España, al igual que los dos teatros mencionados anteriormente.

2.3 EVENTOS MUSICALES (FESTIVALES)

2.3.1 Introducción

Durante estos últimos años han aparecido distintos eventos de música, acogiendo año tras año a artistas reconocidos, tanto a nivel nacional como internacional, en la ciudad vallisoletana. Festivales de música como el “*Valladolindie*”, y dentro de este el “*Intro Music Festival*”, o el “*Conexión Valladolid Festival*” son los tres eventos más populares de la zona.

A continuación, se analizará con brevedad la situación previa a la COVID-19 de los tres festivales anteriormente mencionados. Reflejando los aspectos económicos y comerciales para comprender su funcionamiento, las campañas de entradas y abonos, los sistemas en la venta de entradas escogidos, etcétera.

2.3.2 **“Valladolindie”**

El “*Valladolindie*” es conocido por ser el festival más largo del mundo. Los primeros espectáculos de música organizados fueron en 1994 en pequeñas salas de establecimientos de Valladolid, destacando los conciertos de artistas tales como “Australian Blonde”, “The Posies”, “Fangoria” o “Los Planetas”.

La mayoría de los conciertos celebrados dentro del “*Valladolindie*” han sido organizados y producidos por Roberto Terne y su empresa “*RT Producciones*³¹”. Gracias a una entrevista de Paco Alvarado realizada en el 2005 a Roberto Terne por el décimo aniversario del festival hemos podido conocer cómo el primer nombre utilizado fue el *Certamen Indie “La Nacional 10”*, haciendo referencia al programa de radio en el que trabajaba dicho organizador (Alvarado P., 2005).

En un principio el “*Valladolindie*” fue un festival pequeño y no muy conocido que con el paso del tiempo se ha popularizado en la ciudad vallisoletana y a nivel nacional. Pasando de organizar y celebrar conciertos en pequeñas salas nocturnas a pabellones y espacios municipales, incluida la *Plaza Mayor* de la ciudad. Consiguiendo de este modo un mayor aforo para intentar dejar a las menores personas posibles sin la posibilidad de asistencia.

En el 2019, el festival más largo del mundo celebró su 25 aniversario, atrayendo a la ciudad de Valladolid durante todo el año conciertos de artistas reconocidos como “Izal”, “Coque Malla”, “Cooper”, “Corizonas”, “Dorian” o “Siloé”, entre otros (Ovelleiro J., 2019).

El éxito y el impacto de estos conciertos organizados durante el “*Valladolindie*” se ha notado en la capital agotando la venta de entradas en diversas ocasiones. Completando así el aforo permitido de los espacios donde se realizan las actuaciones, siendo en la mayoría la *Feria de Valladolid*³² y la *Plaza Mayor* de la ciudad vallisoletana.

La continuidad de este festival ha sido posible gracias a la asistencia de la población de Valladolid, así como por la atracción del turismo provenientes de ciudades españolas durante estos veinticinco años de práctica. Esto último se ha visto reflejado en los aumentos de los beneficios por la ocupación de los hoteles, las consumiciones en las cafeterías, restaurantes, bares y discotecas, espacios cercanos a las instalaciones donde se celebran los conciertos.

³¹ Sitio web *RT Producciones*: <https://www.robertoterneproducciones.com/>

³² Más conocida como la Feria de Muestras.

2.3.2.1 “Intro Music Festival”

Dentro del ámbito del “Valladolindie” nos encontramos al “Intro Music Festival”, otro de los festivales de música indie y rock conocido en la ciudad de Valladolid. Celebrado desde el 2016 en el recinto de la *Feria de Valladolid*.

El cómico y actor Dani Martínez es el director artístico del festival, en el que año tras año asisten más de 5.000 personas al recinto para escuchar música en directo y poder ver a los artistas confirmados. Al pertenecer al “Valladolindie”, el “Intro Music Festival” es organizado también por el profesional Roberto Terne.

Entre los artistas que han pisado el escenario los últimos años podemos destacar a “Izal”, “Sidonie”, “Zahara”, “Love of Lesbian”, “Dorian”, “Sidecars”, entre otros grupos musicales. Dicho festival celebró su primera edición en dos días del mes de noviembre con seis conciertos diferentes por día, comenzando a las 19:00 horas y finalizando a la 3:00 horas. Sin embargo, en las ediciones siguientes optaron por un único día a principios del mes de diciembre, con ocho o nueve conciertos seguidos y un horario de 12:30 horas a 3:00 horas.

En cuanto a los colaboradores de este festival nos hemos podido encontrar a instituciones de la ciudad de Valladolid, junto a organizaciones como *Cigales d.o.*³³, la *Universidad de Valladolid*³⁴, “Valladolindie”, *Nissan*³⁵, *Cervezas San Miguel*³⁶ o *Gordon’s*³⁷. Siendo *Artisti-k Producciones*³⁸ y “RT Producciones” los principales organizadores y productores del evento. Sin olvidar que este festival está vinculado a la *Asociación de Promotores Musicales*.

La organización del evento mantiene su contacto con el público a través de su página web³⁹ y de sus perfiles en las redes sociales, tales como Facebook, Twitter e Instagram⁴⁰, para informar de las novedades de los futuros proyectos, aunque no de manera muy activa. Publicando presentaciones del evento, carteles oficiales de cada año

³³ Denominación de Origen Cigales, marca empleada para designar vinos tintos, rosados, blancos, dulces y espumosos del municipio vallisoletano de Cigales.

³⁴ Universidad pública española, fundada en 1241 y ubicada en la ciudad de Valladolid como el propio nombre indica.

³⁵ Productor de automóviles japonés fundado en 1933 y cuyo propietario es *Renault*, productor francés de automóviles.

³⁶ Organización española creada en 1890 cuya actividad principal es la fabricación de cerveza.

³⁷ Marca de ginebra originaria de 1786 por Alexander Gordon con el nombre “*London Dry Gin*”.

³⁸ Organización de management de artistas, además de crear, gestionar, promocionar y producir actuaciones.

³⁹ Sitio web del *Intro Music Festival*: <https://intromusicfest.com>

⁴⁰ Perfil de Instagram del *Intro Music Festival*: <https://www.instagram.com/intromusicfestival/>

o fotos y videos de los artistas confirmados junto con información sobre los importes de las entradas.

Además del disfrute de la música en directo, dentro del establecimiento en el que se celebra todos los años el “*Intro Music Festival*” se dispone de un servicio de *Food Truck*, contratado por la organización del evento, para todas aquellas personas que deseen comer o beber en dicha instalación.

Con respecto a las políticas de precios empleadas sobre las entradas, cabe mencionar que han variado de un año a otro, encontrándonos de este modo un rango de precios entre los 25€ y los 50€. Aunque, podemos observar a través de los carteles publicados que las entradas no son diferenciadas por zonas, sino que tienen el mismo importe para todas las personas.

La adquisición de las entradas o abonos para acceder al festival se efectúa vía online, a través de un punto de venta de la red “*Ticketmaster*”, no permitiendo la venta de entradas a menores de edad, según se puede consultar en el apartado F.A.Q.’s de su página web. Una estrategia de marketing que les ha funcionado en estos años atrás ha sido la de ofrecer las primeras 2.000 entradas a un precio inferior, fomentando de este modo la asistencia de los espectadores al festival (B. UVa, 2016).

En el 2017 otra de las medidas llevada a cabo por la organización del “*Intro Music Festival*” fue la puesta en marcha de una iniciativa de entrada más viaje por 55€, debido a la gran demanda de personas que se localizaban en León, Salamanca y Madrid. Esta estrategia de fidelización fue publicada en las redes sociales oficiales tanto del festival como de su organizador Dani Martínez⁴¹, fomentando de este modo la asistencia de personas ubicadas en estos municipios. Con salida en autobús desde un punto de encuentro en cada ciudad y una vuelta al terminar los conciertos, evitando de esta forma los desplazamientos individuales en otros transportes.

El éxito de este festival de música se ha observado en estos últimos años, puesto que se han agotado las entradas, semanas previas a la celebración de los conciertos (Leonoticias, 2019). Con ello se ha conseguido un atractivo impacto económico en la localidad, especialmente en los alojamientos, el ocio, los restaurantes, las visitas a bodegas cercanas a la ciudad vallisoletana y los transportes utilizados (A.V., 2017).

⁴¹ Publicación en el perfil de Facebook de Dani Martínez: <https://n9.cl/j1j62>

2.3.3 “Conexión Valladolid Festival”

Otro de los eventos musicales celebrado en la capital vallisoletana que hace competencia a los espectáculos y eventos culturales, tanto a nivel autonómico como a nivel nacional, es el “*Conexión Valladolid Festival*”.

Gracias a una entrevista realizada a Álvaro Vidal, hemos podido comprender la evolución del funcionamiento de los espectáculos organizados durante estos últimos años.

En primer lugar, nos expresaba que el festival no pertenece al “*Valladolindie*”, festival más largo del mundo y evento anteriormente mencionado. Sino que el “*Conexión Valladolid Festival*” ha sido organizado y lo sigue siendo hoy en día por *PaSiÓN eventos/management*, agencia promotora y productora de espectáculos, cuya práctica en el sector se percibe tras quince años de experiencia. Encargándose en todo momento de la dirección, promoción, gestión y producción de los espectáculos.

A través de esta empresa nace en el 2015 el ciclo de conciertos *Conexión Valladolid*, un proyecto que conecta a los artistas con la cultura, la gastronomía y los asistentes a los eventos musicales. La motivación de esta agencia es conectar la ciudad de Valladolid a través de la música, planeando otros ciclos y eventos como “*Delibes + Conexión*”, “*Conexión es cultura*” o el “*Conexión Valladolid*”.

Después de tres años de experiencia con el ciclo, en el 2018 se presenta la primera edición del “*Conexión Valladolid Festival*”, acogiendo diferentes conciertos de artistas de la talla como “Bunbury”, “The Libertines”, “La M.O.D.A.”, “Rayden”, “Siloé” o “Delaporte”, entre otros. Siendo el primer festival de música de verano celebrado al aire libre, en la ciudad vallisoletana, más concretamente en el *Pinar de Antequera o Antigua Hípica*, cuyo terreno permite el aforo y la asistencia de miles de personas. Cabe mencionar que el festival se ha celebrado todos los años en dicho recinto, dejando claro que es un evento sostenible y comprometido con el medio ambiente, gracias a la utilización de vasos reutilizables y los servicios de limpieza.

Con respecto a la primera edición del festival, Álvaro Vidal nos ha podido comentar las dificultades en la organización, debido a que el *Ayuntamiento de Valladolid* les autorizó el espacio del *Pinar de Antequera* con un margen de tiempo muy escaso. Aunque al final se logró la celebración del festival, un buen cartel de artistas reconocidos a nivel nacional y la venta de más de 8.000 entradas, siendo muchos de los asistentes, personas ubicadas en otras ciudades de Castilla y León y de España.

El principal motivo por el que algunas personas de Valladolid no acudieron al festival en su primera edición, fue debido al ascenso a primera división del *Real Valladolid Club de*

Fútbol. Desde ese momento los estudios en cuanto a la organización y planificación del evento de música se refieren, se centraron en evitar estas coincidencias con sucesos deportivos y/o culturales de la zona.

El “*Conexión Valladolid Festival*” desde su origen se ha dividido en dos días sucesivos del mes de junio, siempre viernes y sábado, facilitando de este modo el acceso de las personas estudiantes y ocupadas laboralmente. Entre las empresas colaboradoras con el festival se han encontrado instituciones como el *Ayuntamiento de Valladolid*, además de grandes organizaciones tales como *Coca Cola*, *Mahou*, *8 Valladolid* o *Radio 3*, como se puede observar en los carteles de las ediciones pasadas⁴².

Por su parte, la venta de las entradas y abonos en dichas ediciones se ha realizado de manera online, a través de la página web de *Wegow*⁴³, fijando unos importes entre los 20€ y los 60€ dependiendo si se adquiere una entrada individual o el abono para el disfrute de los dos días.

La estrategia de fidelización utilizada por la organización del festival ha sido la de ofrecer el abono de los dos días a un precio inferior que el adquirido individualmente cada día. De este modo, fomentan la asistencia al festival los dos días de celebración consiguiendo el mayor aforo posible y el consumo del abono frente a la entrada individual.

Al contrario que el “*Intro Music Festival*”, la política del “*Conexión Valladolid Festival*” permite el acceso a todas las personas sin diferencias de edades. Para los menores de ocho años la entrada es gratuita siempre que su acompañante sea su madre, padre o tutor/a legal hasta completar el aforo de 300 personas. En este caso lo ideal es enviar un e-mail a la organización del festival con el nombre, apellidos, DNI y la fecha de nacimiento.

Mientras que para los menores con edades entre los nueve y quince años podrán acceder comprando la entrada general, autorizando únicamente a un/a niño/a por madre, padre o tutor legal. Y para aquellos menores con dieciséis y diecisiete años estará permitido el acceso sin necesidad de acompañante, disponiendo de una autorización de sus padres o tutores con la entrada. Por ello la organización no planifica sus estrategias para conseguir un público objetivo concreto, sino que amplían este círculo para conseguir la mayor asistencia posible.

En la segunda edición del “*Conexión Valladolid Festival*” organizada en el 2019, se superaron todas las expectativas en cuanto a la cifra de asistentes se refiere, logrando

⁴² Sitio web del *Conexión Valladolid Festival*: <https://www.conexionvalladolid.es/>

⁴³ Plataforma española creada como un canal de venta directa de abonos y entradas para conciertos y festivales.

20.000 entradas vendidas. En este caso la planificación del evento no falló y no coincidió con ninguna celebración deportiva o cultural de importancia en la ciudad.

En cuanto al impacto económico del festival lo hemos podido ver en el éxito de su segunda edición obteniendo más del doble de asistentes. Como bien nos asegura Álvaro Vidal, el “*Conexión Valladolid Festival*” se trata de un evento cultural relativamente nuevo que organiza una empresa privada, y por tanto a la hora de obtener ingresos está siendo complicado.

Cabe mencionar que la plantilla de empleados de *PaSiÓN Eventos* son los encargados de planificar y programar todos estos espectáculos durante los 365 días del año. Sin olvidarse de la utilización de distintas infraestructuras para la realización del evento, encontrándose la ubicación del espacio a organizar, pero también las personas cuya especialidad son técnicos, montadores, seguridad, servicios de catering y barra, entre otros varios.

Asimismo, continuaba asegurándonos que en las instalaciones donde se celebra el festival se concede el permiso del servicio de camping para aquellos asistentes que necesitasen alojamiento cercano. Aunque enlazan dicho servicio con la *Asociación de Empresarios de Alojamiento Turístico de Valladolid*⁴⁴, para que la hostería obtenga también rentabilidad al celebrarse el festival.

Esta medida fue estudiada por los departamentos de la organización al ver que en la primera edición captaron un turismo del 70% a la ciudad de Valladolid. Por lo que, la estrategia de marketing utilizada fue la de ofrecer descuentos en las reservas de los hoteles a través de los abonos. Equilibrando de este modo el servicio de camping con la hostelería, se acabó logrando en el 2019 una ocupación del 100%.

Pocos días después de finalizar la segunda edición del “*Conexión Valladolid Festival*”, la organización comenzó a publicar la nueva campaña para el siguiente año. Agotando las primeras 500 entradas que salieron a la venta en poco más de una semana de margen, sin asegurar los artistas que pisarían el escenario en el 2020. Con ello las personas garantizaban su fidelización y su compromiso al evento.

Durante los primeros meses de este nuevo año, la organización del festival fue publicando a través de sus redes sociales oficiales y su página web los artistas confirmados, anunciando finalmente el 3 de marzo el cierre del cartel oficial.

⁴⁴ También denominada *Asociación Hoteles de Valladolid*.

3 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DURANTE LA COVID-19 DE LOS SECTORES OBJETO DE ESTUDIO EN VALLADOLID

3.1 ESPACIOS DEPORTIVOS

3.1.1 Introducción

Tras haber descrito y comprendido el análisis previo a la COVID-19 de los clubes deportivos, a continuación, se muestra el análisis realizado durante la pandemia mundial ocasionada en el 2020. Siendo los protagonistas nuevamente el *Real Valladolid Club de Fútbol, S.A.D.*, el *Club Deportivo Ciudad de Valladolid*, actualmente denominado *Real Valladolid Baloncesto*, y el *Club Deportivo de Balonmano Aula*.

Seguidamente, se podrá observar cronológicamente los comunicados oficiales adaptados en cuanto a la situación se refieren, los nuevos cambios a los que se han tenido que enfrentarse los clubes en sus actividades principales y las medidas establecidas para poder continuar durante este período de tiempo.

3.1.2 Secuencia cronológica de los comunicados oficiales del Real Valladolid Club de Fútbol por fases de la desescalada

El 11 de marzo del 2020, días antes de saltar el estado de alarma en España por la COVID-19, David Espinar, informó a través de una rueda de prensa sobre una serie de medidas para prevenir y evitar los contagios de coronavirus en las personas empleadas del club y abonados.

Se cancelaron los entrenamientos y ruedas de prensa a puerta abierta, del mismo modo que todos los torneos amistosos y desplazamientos para jugar partidos de la cantera del club. Trabajando únicamente en las instalaciones aquellos empleados y empleadas cuyas responsabilidades fueran esenciales para llevar a cabo las actividades del club, estableciendo ciertas medidas de seguridad e higiene en todas las instalaciones del *Real Valladolid* (R.V., 2020a).

3.1.2.1 Fase 0

Una vez salta el estado de alarma el 13 de marzo por la COVID-19, la provincia de Valladolid pasó a la fase cero del confinamiento, medida adoptada para los quince días siguientes. Sin embargo y tras diferentes prórrogas la fase cero se mantuvo hasta el 24 de mayo, dos meses y medio de incertidumbre social, laboral y económica.

Durante este período de tiempo se limitaron los desplazamientos profesionales y a los establecimientos comerciales, disminuyendo con ello los ingresos de la mayoría de las empresas establecidas en España. A excepción de las empresas de alimentación, productos farmacéuticos, centros sanitarios, servicios financieros, transporte y personas que debían desplazarse para efectuar su ocupación. En agradecimiento a la labor del personal sanitario y de limpieza, la población aplaudía todos los días a las 20:00 hora española, siendo un gesto muy ovacionado.

El *Real Valladolid* por su parte tuvo que plantearse la paralización de la actividad del fútbol durante dos semanas, junto a la asistencia de los espectadores a las instalaciones del club. Ya que las medidas impuestas por el *Gobierno de España* establecían quedarse en los hogares, además de los deportes y entrenamientos individualizados.

El 26 de marzo el *Real Valladolid Club de Fútbol* hizo oficial su primer comunicado durante el confinamiento. En él se informaba sobre las medidas adaptadas, la comunicación con los jugadores para sostener el club y la decisión de no llevar a cabo ningún expediente de regulación temporal de empleo⁴⁵ sobre los trabajadores de la institución (R.V., 2020b).

El siguiente comunicado oficial por parte del club vallisoletano se emitió el 10 de abril anunciando el acuerdo sobre la reducción del salario, en un 17%, de los futbolistas del primer equipo, en el caso de no retomarse los entrenamientos y partidos previstos. Esta medida establecida por el club se efectuó para evitar los ERTES a sus empleados (R.V., 2020c).

Al día siguiente el club dispuso otro comunicado, esta vez informando sobre la situación futura del cuerpo técnico. Cuya disposición fue similar a la de los jugadores de la plantilla, reducción del salario en un 17% si se suspendían las competiciones. Por su parte, los directores de *Área y Responsables del Departamento del Real Valladolid* voluntariamente decidieron disminuir también sus salarios si la situación continuaba inusual (R.V., 2020d).

El 30 de abril notificaron los distintos diálogos vía online que había mantenido el club de fútbol con el Club Baloncesto Ciudad de Valladolid, encontrando diversas soluciones deportivas, sociales y financieras para realizar sus actividades (R.V., 2020e).

⁴⁵ Más conocido como ERTE, disposición a la que se acogen las empresas para suspender o reducir los contratos de trabajo de sus trabajadores por causas justificadas.

Casi dos meses después de saltar el estado de alarma en España, más concretamente el 4 de mayo, el club realizó otro comunicado oficial aprobando la vuelta a los entrenamientos de manera individual y los partidos sin espectadores en las instalaciones del club. En dicho comunicado también se informó sobre las posibles soluciones en cuanto a los abonos de la temporada 2019/2020 de *LaLiga Santander* de fútbol. Siendo éstas o bien la devolución de la parte proporcional del importe del abono, o un descuento para el abono de la siguiente temporada. Además, agradeció a las personas que renunciarían a su derecho de la devolución del dinero, siendo ésta una ayuda para el club deportivo (R.V., 2020f).

El 23 de mayo la relación entre el *Real Valladolid Club de fútbol* y el *Club de Baloncesto Ciudad de Valladolid* se hizo más estrecha, notificando un primer acuerdo de colaboración. Llegando a establecer unas bases iniciales y una comisión bilateral de trabajo por los directores de ambos clubes vallisoletanos (R.V., 2020g).

3.1.2.2 Fase 1

Tras el avance de algunos territorios españoles y el mantenimiento de las cifras de infectados por el coronavirus, el *Gobierno de España* permitió el paso a la fase uno de la desescalada por la COVID-19. Medida impuesta a partir del lunes 25 de mayo del 2020, en la provincia de Valladolid (D.V., 2020a).

Permitiendo la apertura de los establecimientos comerciales, los centros de alto rendimiento y los locales de hostelería, de alojamiento o de culto. Utilizando debidamente las medidas de seguridad e higiene exigidas, y limitando el aforo a un tercio, a excepción de los centros comerciales.

Durante este período de confinamiento, el *Real Valladolid Club de Fútbol* continuó informando de su estado práctico a través del portal de noticias de su página web y por medios de sus redes sociales oficiales, manteniendo con ello el contacto con sus seguidores y abonados.

3.1.2.3 Fase 2

Dos semanas después, más concretamente el 8 de junio, el *Gobierno de España* decretó el paso de la fase uno a la fase dos de la desescalada en la provincia de Valladolid (Postigo J., 2020a). Permitiendo a partir de ese momento la apertura de cines y teatros, autorizando asimismo la mitad del aforo en algunos establecimientos del territorio vallisoletano.

Por su parte, el club *Real Valladolid* sin dejar de pensar en las personas abonadas a la temporada 2019/2020, publicó un comunicado oficial el 14 de junio para poner en marcha las medidas sobre la devolución proporcional del importe de los abonos. Facilitando el procedimiento vía telemática, evitando las aglomeraciones de personas en las instalaciones del club (R.V., 2020h).

El 11 de junio se retomó la temporada 2019/2020 de *LaLiga Santander*, sin embargo, hasta el sábado día 13 de junio el *Real Valladolid Club de Fútbol* no disputó su partido contra el *Club Deportivo Leganés* (LaLiga, 2020).

Lo que empezó siendo un parón de dos semanas, terminó siendo casi tres meses sin jugar un partido de fútbol, ni entrenamientos en grupos en las instalaciones del club.

3.1.2.4 Fase 3

A partir del 15 de junio el *Gobierno* permitió el paso a la fase tres de la desescalada en el territorio de la provincia, estableciendo una mayor movilidad para las personas y para la realización de actividades (Postigo J., 2020b). Consiguiendo con todo ello una mayor flexibilización en dicha movilidad.

Durante los meses siguientes el *Real Valladolid Club de Fútbol* continuó publicando la evolución del club y de sus trabajadores, mientras se realizaban las competiciones oportunas. Por otro lado, también mencionaron la aparición de positivos en COVID-19 en sus distintas plantillas y las medidas establecidas, junto a la colaboración del *Servicio de Epidemiología*⁴⁶ de la *Junta de Castilla y León* y la *Responsable de Seguimiento de Vigilancia Epidemiológica*⁴⁷ de Zona Básica de Salud en Valladolid (R.V., 2020i), (R.V., 2020j) (R.V., 2020l).

Asimismo, han informado sobre los distintos protocolos a seguir durante la realización de los partidos de fútbol, sin especificar cuándo se volverá a jugar con espectadores. Por lo que la campaña de abonados para la temporada 2020/2021 quedó suspendida (R.V., 2020k).

⁴⁶ Red de vigilancia cuya actividad consiste en localizar el origen, la regularidad y las alteraciones de cuestiones de salud y de su causa, empleando un control de las situaciones sanitarias que impliquen un riesgo para la salud.

⁴⁷ Persona que asegura la confirmación y notificación de los casos confirmados por COVID-19, además de su correcto seguimiento. Más conocidos como RESE de Zona.

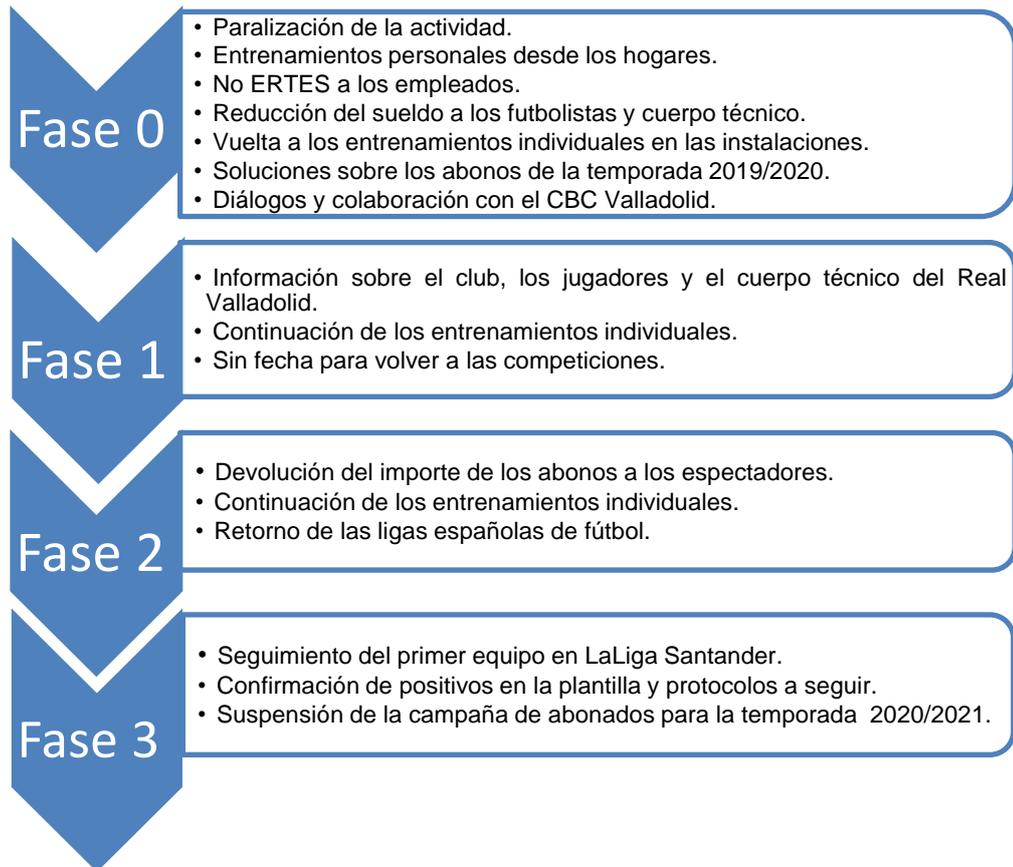


Tabla 02. Síntesis de los comunicados oficiales del Real Valladolid durante el confinamiento y la desescalada provocada por la COVID-19. Fuente: elaboración propia.

3.1.3 Evolución cronológica de los comunicados oficiales de la Federación Española de Baloncesto y del Club Baloncesto Ciudad de Valladolid – Real Valladolid Baloncesto

La temporada 2019/2020 de la *LEB Oro* comenzó igual a las temporadas anteriores para el *Club Baloncesto Ciudad de Valladolid*. Las campañas de abonados se habían realizado y se daba por cerrada una primera vuelta a la competición muy disputada por los primeros puestos de la clasificación.

Durante las navidades se volvió a lanzar la estrategia de fidelización de la campaña de abonados para la segunda vuelta de la competición, con el objetivo de conseguir nuevos abonados. Diferenciando únicamente los importes de éstos por la edad del aficionado, al igual que el abono de toda la temporada. Cabe mencionar que los importes de estos nuevos abonos son superiores a la mitad correspondiente de los abonos de toda la temporada. Además, en el abono para la segunda vuelta al igual que el abono de toda la temporada, tampoco se incluían los partidos para la fase de ascenso a la *Liga ACB*.

Días anteriores a saltar el estado de alarma, la *Federación Española de Baloncesto* exigió a todos los clubes de baloncesto disputar los próximos partidos de baloncesto sin público, como medida para prevenir la COVID-19 (L.E.B. Oro, 2020a). Posteriormente las distintas *Comisiones de la Federación Española de Baloncesto* posponían las siguientes jornadas de todas las competiciones, tanto femeninas como masculinas, de carácter nacional (L.E.B. Oro, 2020b). Medida alargada y adoptada por todos los clubes de baloncesto a lo largo de los meses de marzo y de abril, debido al estado de alarma instaurado por el *Gobierno de España* (L.E.B. Oro, 2020c) (L.E.B. Oro, 2020d).

Dichas medidas hicieron que el club de baloncesto vallisoletano se planteara la opción de llevar a cabo ERTES para su plantilla de trabajadores, siendo ésta una iniciativa para preservar el futuro económico del club (El Norte de Castilla, 2020).

Aunque existía una remota posibilidad de que el *Carramimbre CBC Valladolid* disputara el ascenso a la *Liga ACB*, finalmente como medida preventiva la federación dio por concluida la *LEB Oro* (L.E.B. Oro, 2020e). Por este motivo, y tras varias reuniones, se confirmó que tanto el *Carramimbre* como el *Gipuzkoa Basket*⁴⁸ automáticamente eran equipos de la *Liga ACB*. Sin embargo, el club vallisoletano al no cumplir con las exigencias de la organización volvería a disputar la *LEB Oro* en la temporada 2020/2021 (Borda V., 2020).

Después de varios meses de confinamiento, el club de baloncesto vallisoletano por su parte estudió la opción de compensar la parte proporcional de los abonos al no disputarse los últimos partidos de la temporada. Aunque no llegó a dar una respuesta firme a través de su página web ni redes sociales oficiales (CyL D., 2020a).

En los meses de verano la organización de las ligas de baloncesto planteó la adaptación de la *LEB Oro* en dos grupos, tras la aprobación de un *Reglamento General de Competiciones y las Bases de Competición* para la temporada 2020/2021. Siendo una primera fase de dos grupos; uno de nueve equipos y el otro de diez equipos, una segunda fase esencial para conocer el primer ascenso y una tercera fase para conocer el segundo ascenso (D.V., 2020b).

El 3 de agosto se anunció oficialmente el acuerdo firmado entre el *Real Valladolid* y el *CBC Valladolid*. Pacto que tuvo como finalidad la colaboración de ambos clubes deportivos vallisoletanos, siendo una de las primeras medidas la modificación del nombre del primer equipo por *Real Valladolid Baloncesto* (R.V., 2020m).

⁴⁸ Equipo de baloncesto español que durante la temporada 2019/2020 disputó la *LEB Oro*, consiguiendo el ascenso a la *Liga ACB* tras terminar la competición con un segundo puesto.

Gracias a un comunicado oficial publicado en octubre del 2020 en la página web del *Real Valladolid* pudimos conocer la noticia de que *Clínica Sur* y el *Grupo Aspasia* serían los dos patrocinadores principales para la temporada 2020/2021 (R.V., 2020n). Este acuerdo garantiza un compromiso con el club y sobre todo con el primer equipo que se denominaría a partir de ese momento “*Clínica Sur-Aspasia Real Valladolid Baloncesto*”, presentando además la nueva campaña de abonados (R.V, 2020o).

A principios del mes de octubre el *Real Valladolid Baloncesto* informó sobre esta nueva campaña de abonados para la temporada 2020/2021, denominada “*Más juntos que nunca*”, inspirada en la difícil situación vivida. En ella se daba respuesta a las decisiones tomadas con respecto a la compensación del abono de la temporada anterior, siendo ésta aplicable o no al nuevo abono adquirido. De este modo, la política de precios para los abonos se modificó, disminuyendo los importes en la mayoría de las categorías. En cuanto a la adquisición de estos nuevos abonos fue posible únicamente online, ya que las oficinas permanecían cerradas por motivos de seguridad. Cabe mencionar que la distancia de seguridad entre los abonados se respetó desde el primer momento, bloqueando los asientos próximos entre los asistentes sean o no de la misma familia (R.V., 2020o).

Una novedad que incorporaron en el inicio de la temporada fue la adquisición de entradas para la asistencia de los cuatro primeros encuentros de la liga en el *Polideportivo Pisuerga* (R.V., 2020o). Tras esta iniciativa, los abonos comenzaron a aumentar consiguiendo en las primeras semanas más de 1.000 personas abonadas, aunque finalmente la *Junta de Castilla y León* limitó el aforo permitido en espacios cerrados a veinticinco personas como máximo (Junta CyL, 2020).

Al igual que el *Real Valladolid* de fútbol, el *Real Valladolid* de baloncesto para continuar con su actividad tuvo que cambiar los horarios de algunos partidos, debido a la nueva normativa impuesta también por la *Junta* cuya medida establecía un confinamiento nocturno de 22:00 horas a 6:00 horas. Así como en algún caso se tuvieron que disputar partidos a puerta cerrada por motivos de seguridad entre los espectadores y las plantillas de los equipos y cuerpo técnico.

3.1.4 Evolución cronológica de los comunicados oficiales de la Real Federación Española de Balonmano y del Club Deportivo de Balonmano Aula

Tras terminar la primera vuelta de la *Liga Iberdrola Guerreras*, el *Club Deportivo de Balonmano Aula* centraba todos sus esfuerzos en la segunda vuelta de dicha competición junto a los enfrentamientos en la *Copa de la Reina* y por primera vez en la historia del club en la competición europea *Challenge Cup Femenina*.

En marzo salta el estado de alarma en España por la COVID-19 y la *Real Federación Española de Balonmano*⁴⁹, junto al *Comité Nacional de Competición*, decidieron realizar distintos comunicados informando sobre la suspensión de las últimas jornadas del mes de marzo en todas las competiciones para evitar los contagios (R.F.E.BM., 2020).

Las siguientes acciones comunicadas por la federación de balonmano fueron acerca de la situación futura de las competiciones, los aplazamientos de los partidos y el reembolso de las entradas por los encuentros no disputados en las fechas establecidas. Facilitando desde un primer momento los contactos de los distintos departamentos de la *Real Federación Española de Balonmano* para asesorar a los presidentes y directivos de los clubes, evitando la incertidumbre económica.

Por su parte, la dirección y organización del *Club Deportivo Balonmano Aula* durante los meses del confinamiento y de la desescalada estuvieron atentos a las modificaciones establecidas por la *Real Federación Española de Balonmano*. Además de estudiar la normativa aplicable en la comunidad de Castilla y León.

El club de balonmano vallisoletano, al igual que el *Club de Baloncesto Ciudad de Valladolid*, tuvo que aplicar ERTES a su plantilla. Esta iniciativa fue puesta en marcha a modo de resolución para salvaguardar el futuro del club, debido a la inquietud y a la situación de incertidumbre del deporte (El Norte de Castilla, 2020).

En abril del 2020 se pudieron conocer las actualizaciones realizadas por parte de los patrocinadores en los distintos clubes deportivos. En el caso del *Club Deportivo de Balonmano Aula*, se reflejaba la continuidad del acuerdo firmado por parte de *Alimentos de Valladolid* (De Pablos et al., 2020). Aunque la mayoría de los patrocinios se han visto resentidos temporalmente, disminuyendo entre un 15% y un 20%, según nos comunicó Miguel Ángel Abril.

Una acción adaptada por el club de balonmano, al igual que el *Real Valladolid Club de Fútbol*, fue la notificación a sus socios de las tres opciones estudiadas sobre los abonos de la temporada. Siendo, por un lado, la compensación de la parte proporcional del importe del abono, por otro lado, un descuento en la próxima temporada, o, la renuncia de ambas opciones como símbolo de amparo para el club (CyL D., 2020b).

La gerencia del club *Aula* también nos informó sobre las ayudas recibidas en estos meses de incertidumbre, siendo éstas las establecidas para clubes de élite por la

⁴⁹ RFEBM. Entidad organizadora del balonmano, así como balonmano playa en España y responsable de las selecciones nacionales femeninas y masculinas.

comunidad autónoma Castilla y León, por el *Ayuntamiento de Valladolid* y por la *Diputación Provincial*. Un aporte económico que colabora para la continuación de la actividad para las próximas temporadas.

Analizando la situación de la pandemia, la *Real Federación Española de Balonmano* junto al *Consejo Superior de Deportes*⁵⁰ pusieron en marcha la adaptación y actualización del *Reglamento de Régimen Disciplinario* junto al *Reglamento de Partidos y Competiciones* ratificados por la *Asamblea General* a junio de 2020. Estas medidas han sido necesarias para que los clubes de balonmano y los distintos equipos estén informados y tengan el conocimiento suficiente para realizar los futuros entrenamientos y partidos de sus respectivas competiciones.

Durante el verano de 2020, el club vallisoletano anunció su nueva campaña de abonados para la temporada 2020/2021 con el lema “#Volvemos”, manteniendo los sistemas de venta y los importes de la temporada anterior. Al reiniciarse las competiciones de balonmano, los departamentos del club *Aula* entendieron que se podía y se debía contribuir a la necesidad social de mantener actividades, ilusiones y pasiones en el deporte.

Con respecto a la *Liga Guerreras Iberdrola*, la *Real Federación Española de Balonmano* adaptó la competición a la COVID-19, dividiéndola en dos grupos de ocho equipos cada uno. Pensando en las personas aficionadas de los equipos, los propios clubes de balonmano retransmiten a través de sus canales de YouTube en *streaming* los distintos partidos a disputar. Mientras la *Real Federación* a través de su página web también actualiza en directo los datos de los partidos, al igual que las estadísticas tanto del equipo local como del visitante.

Sin embargo, el 9 de septiembre el *Club Deportivo Balonmano Aula* publicó un comunicado oficial en el que mencionaba la imposibilidad de la asistencia del público en los primeros partidos de balonmano ya organizados para la nueva temporada (C.D.B.A., 2020a). Aunque finalmente para el resto de los encuentros se facilitó el acceso de veinticinco espectadores al polideportivo con las medidas de seguridad e higiene adecuadas para evitar los contagios por coronavirus. Entre esas veinticinco personas autorizadas se encontraron jugadoras no convocadas y colaboradores habituales del club.

Mantener el club sin espectadores en el terreno de juego es una gran pérdida de ingresos. Aunque la organización nos aclara que para ello debe existir un reconocimiento

⁵⁰ CSD. Organismo autónomo administrativo dentro del *Ministerio de Cultura y Deporte* para asegurar el buen funcionamiento de las actividades deportivas y la salud de los deportistas.

institucional de la labor y colaboración de los clubes a la sociedad, y ella implicaría una aportación económica mayor por parte de las entidades.

Una vez comenzada la temporada 2020/2021, el club ha realizado distintos comunicados oficiales a través de su blog, informando sobre la situación de la plantilla del “*Aula Alimentos de Valladolid*” y la confirmación de positivos en COVID-19 en sus jugadoras (C.D.B.A., 2020b). Las consecuencias de estos positivos han sido los aplazamientos de partidos oficiales junto a la realización de PCR al resto de jugadoras y cuerpo técnico que hayan tenido contacto con las personas positivas (C.D.B.A., 2020c). Confirmando nuevos casos por COVID-19 y por tanto la suspensión de entrenamientos como medida preventiva (C.D.B.A., 2020d).

Atendiendo al impacto económico, podemos mencionar que los principales gastos para el *Club Deportivo de Balonmano Aula* en estos meses de pandemia se han centrado en los controles de la COVID-19, a través de los test PCR y demás pruebas médicas, solicitando dicha prestación de servicios a laboratorios especializados, que facturan a precio de mercado.

Los efectos de la pandemia, como se ha podido observar, han generado consecuencias económicas para el club y modificaciones en su forma de llevar a cabo su actividad principal, estando en vigor en el equipo de élite, siendo en la cantera donde se ha demorado más el retomo del ejercicio.

3.2 ESPACIOS CULTURALES (TEATROS)

3.2.1 Introducción

La situación que han sufrido el *Teatro Calderón*, el *Teatro Cervantes* y el *Teatro Carrión*, una vez saltado el estado de alarma en España, ha sido similar entre todos ellos y a la vez muy diversa si se compara con los clubes deportivos anteriormente mencionados.

La cuidadosa adaptación de la nueva normalidad a sus actividades principales y la cancelación de la programación de la *Feria y Fiestas de Valladolid* en el 2020, han sido algunas de las medidas de prevención que han afectado económicamente a estos espacios culturales y a la programación planeada como se podrá comprender y observar a continuación.

3.2.2 Teatro Calderón

El comienzo de la temporada 2020 para los meses de enero y febrero se había iniciado con la programación de obras de teatro, lírica y danza cómo “*Divinas Palabras*” de

Ramón M. del Valle-Inclán, “Un ballo in Maschera” de Giuseppe Verdi, y “Una noche con Forsythe” de William Forsythe, respectivamente.

Una vez declarado el estado de alarma en el territorio español, esta iniciativa provocó la paralización de toda actividad en el *Teatro Calderón* y el cierre del local. Debido a la pandemia todo el programa planificado del teatro para la temporada 2020/2021 se tuvo que reprogramar. A través de su página web se informó sobre la devolución del valor de las entradas para las actuaciones que no se pudieron celebrar y la devolución de los abonos adquiridos.

Durante los meses de verano, las personas organizadoras y dirigentes del teatro contactaron con los artistas cuyas obras y espectáculos estaban planeadas para ciertos meses del año, y a causa de la pandemia no se pudieron celebrar. Consiguiendo en algunos casos el aplazamiento para los últimos meses del año.

Con el objetivo de poder continuar con sus actividades, el *Teatro Calderón* publicó la nueva programación sobre la temporada 2020/2021, abriendo sus salas en septiembre después de cinco meses sin poder hacerlo. Ofreciendo un amplio repertorio de obras teatrales, de danza, musicales, conciertos u otras programaciones, para que el público continuase asistiendo a las instalaciones. Los días para disfrutar de los espectáculos no se modificaron, siendo la mayoría los fines de semana, junto a unos precios similares a los que presentaban con anterioridad a la pandemia.

Las medidas de seguridad e higienes estuvieron en la conciencia de todas las personas organizadoras y asistentes, informando en todo momento sobre el uso de las mascarillas, los accesos al teatro, la distancia de seguridad en los asientos, la señalización de las localidades, la limpieza del espacio, la ventilación, etcétera. Junto a todas ellas se pueden sumar, por una parte, las continuas modificaciones en el límite del aforo permitido y, por otra parte, la cancelación de los abonos de temporada y otros servicios que ofrecía el teatro. Esto último se debe a la complicada situación que no garantizaban al 100% la celebración de todas las actuaciones.

Con respecto a la celebración de la “*Semana Internacional del Cine de Valladolid*”, el *Teatro Calderón* no quiso dejar pasar la oportunidad de celebrar este año su 65 Edición⁵¹, programada para los días del 24 al 31 de octubre del 2020. Sus organizadores mantuvieron la celebración siempre que no hubiera riesgos para las invitadas e invitados, ni para el público.

⁵¹ Programación completa de la 65 Edición de la *Seminci*. Sitio web *Semana Internacional de Cine de Valladolid*: <https://n9.cl/ctr1d>

Esta edición al igual que las anteriores fue presencial, aunque existía la posibilidad de contemplarlo desde los hogares, gracias a la retransmisión del canal autonómico “cyl tv”. El *Teatro Calderón* volvió a ser la sede principal del evento, iniciándose con la “Gala de Inauguración” y cerrando el festival cinematográfico con la “Gala de Clausura”, presentando entre medias un total de veinte sesiones diferente, diez menos que el año anterior.

En este año las medidas de seguridad e higiene estuvieron más presentes que nunca, debido a la situación confusa de la COVID-19. Siendo una de ellas la adquisición de las entradas de manera online a partir del 19 de octubre para evitar las aglomeraciones de personas (Seminci, 2020).

Entre los patrocinadores de este año encontramos varias instituciones de Valladolid junto al *Ministerio de Cultura y Deporte del Gobierno de España*, organizaciones tales como *Renault*, *Ribera del Duero*, *Unicaja Banco*, periódicos como *El Norte de Castilla*, o plataformas televisivas como *Movistar+* y *Radio Televisión Española*.

Una medida que han incorporado este año ha sido el “*Canal Seminci*”, con un programa en *streaming* gratuito a través de su página web oficial, facilitando el seguimiento por parte de los periodistas y espectadores de la programación. Las galas y desfiles de invitados, ruedas de prensa, presentaciones de las obras cinematográficas con el equipo de producción y dirección que no hayan podido trasladarse hasta la ciudad de Valladolid, actos, foros o resúmenes diarios son algunos de los servicios que se transmitieron y publicaron en el dicho canal (Tribuna Valladolid, 2020).

A finales del mes de octubre la *Junta de Castilla y León* impuso un confinamiento nocturno, evitando de este modo que de 22:00 horas a 6:00 horas hubiera personas por las calles vallisoletanas. Esta medida provocó un cambio de horario en la programación de la *Seminci* y del *Teatro Calderón* para que las personas pudieran disfrutar con tranquilidad de las obras y actuaciones planeadas.

3.2.3 Teatro Cervantes

La temporada 2020 en el *Teatro Cervantes* de Valladolid comenzó para los meses de enero y febrero con actuaciones de magia, de flamenco, de copla, de artes escénicas, o zarzuela, entre otras.

No obstante, al saltar el estado de alarma el 13 de marzo por la COVID-19, se tuvieron que suspender todos los espectáculos planificados. El teatro debido a las medidas impuestas por el *Gobierno* y a la situación de incertidumbre provocada por la enfermedad, cerró sus puertas en dicho mes, al igual que el *Teatro Calderón*.

Retomando la entrevista realizada a Francisco de la Fuente, hemos podido comprender la situación sufrida en el sector cultural y más concretamente en el *Teatro Cervantes*. Nos expresó cómo durante los meses del confinamiento y la desescalada intentó mantenerse en las diferentes redes sociales y en su página web oficial para informar y contactar con el público. Además de realizar diferentes sistemas de promociones o de fidelización tales como sorteos y curiosidades sobre el teatro para amenizar el tiempo de espera durante este período.

La estrategia publicitaria en los periódicos locales decidieron eliminarla, centrándose únicamente en la publicidad en radio para evitar desaparecer del todo y de este modo, informar sobre la situación del teatro.

Durante los tres meses de verano, el teatro abrió sus puertas únicamente para informar a las personas. Según nos comenta Francisco de la Fuente, el público en este período de tiempo acudió a las taquillas del teatro para informarse sobre la paralización de su actividad, el posible retorno futuro de su programación y las medidas de seguridad e higiene que se aplicaban. Notando el miedo y la inquietud por si era un espacio seguro para las personas de edades avanzadas como es el caso del público de dicho teatro.

A primeros de septiembre la organización del *Teatro Cervantes* tenía programado doce espectáculos distintos para la *Feria de Valladolid*, una actuación por día a excepción del sábado que tendrían dos. Sin embargo, al actualizarse la normativa sobre la nueva normalidad se tuvieron que suspender y aplazar todos los actos, al limitar el aforo del local.

Según el dueño del establecimiento, a principios del mes de octubre se volvió a retomar la programación del *Teatro Cervantes* con las medidas de seguridad e higiene impuestas por el *Gobierno* para la adecuada celebración de las actuaciones. Pasando de organizar tres espectáculos semanales a uno, que coincidía con el fin de semana, debido a que la incertidumbre seguía en los pensamientos tanto de los artistas como del público.

La mayoría de las compañías con las que normalmente han tenido acuerdos para el desarrollo de sus espectáculos son de Madrid y debido al COVID-19 y a los rebrotes no han podido trasladarse a Valladolid. Como solución a la programación del teatro las compañías han decidido bajar los costes de sus actuaciones, realizar pequeñas giras o modificar su estructura para trasladar la menor cantidad de personas posibles en escena.

Respecto al aforo permitido para estos últimos meses del 2020 se ha limitado en varias ocasiones. Reduciéndolo a veinticinco personas o a la mitad de las localidades del espacio, siendo como máximo de unas 180 personas las que pueden acceder a la sala de un total de 390 asientos disponibles.

Por lo que grandes compañías de zarzuela o musicales que mueven a mucho público no han podido realizar sus actos en el teatro, debido a las medidas exigidas y a la falta de compensación entre gastos e ingresos. La organización entiende la situación que está sufriendo el país y la incertidumbre que tienen las personas por permanecer en una misma localización con otras ajenas, por lo que la política de precios se ha mantenido igual a los años anteriores.

La venta de entradas se ha podido realizar también similar a otras temporadas, a través de la página web o en la taquilla del *Teatro Cervantes*. Para los espectáculos que se han aplazado se mantiene la validez de las entradas compradas o en caso de que no se pueda asistir se procederá a la devolución de éstas.

Con respecto a las actuaciones realizadas durante esta nueva normalidad una medida adaptada por el teatro ha sido la de registrar los nombres y teléfonos de contacto de los asistentes en caso de que se produzca un contagio por coronavirus. Asimismo, a la hora de adquirir las entradas para los espectáculos, el propio teatro bloquea los asientos de la parte de adelante, los lados y los de la parte de atrás, como medida de seguridad. Perdiendo de este modo seis asientos por persona asistente al teatro, para respetar el perímetro de distancia de seguridad.

La normativa consultada y aplicada durante este período de pandemia ha sido principalmente el *Boletín Oficial de Castilla y León*⁵², ya que publicaban las pautas a nivel autonómico. Además, la organización también consultaba y consulta a día de hoy fuentes a nivel estatal como el *Boletín Oficial del Estado*⁵³, debido a los acuerdos con compañías de otras comunidades autónomas.

En cuanto a las medidas de seguridad e higiene instauradas en el *Teatro Cervantes* se pueden apreciar el uso de geles hidroalcohólicos, las mamparas de plástico en el bar que separan a los trabajadores del público, las barreras de separación en la entrada y salida o los límites de las distancias de seguridad marcados en el suelo a la hora de adquirir productos del servicio de bar.

Todo ello ha supuesto un gasto añadido para el teatro, además de la continua revisión de la limpieza de la sala antes de los espectáculos y la correcta limpieza después de cada actuación tanto de los asientos como del escenario y camerinos.

⁵² BOCYL.

⁵³ BOE.

Así mismo, se informa en todo momento del uso obligatorio de mascarillas para acceder al espacio, el tiempo para entrar en la sala y la organización en la salida de los espectadores al terminar las sesiones. Y sin ser obligatorio en Castilla y León, la organización del *Teatro Cervantes* mide la temperatura de los asistentes como medida adicional de seguridad.

Francisco de la Fuente también nos ha informado sobre la solicitud, como todos los años, de subvenciones y ayudas dadas por las instituciones españolas, tanto a nivel nacional como local. Alguna de ella con respecto a la programación de espacios escénicos y otra por ser persona autónoma. Mientras que en esta situación de coronavirus las instituciones han realizado determinadas subvenciones dirigidas a las organizaciones por la compra y utilización de las *EPIs*⁵⁴ para acondicionar los establecimientos, al igual que subvenciones del *Ayuntamiento de Valladolid* y de la *Diputación Provincial*.

En relación a la “*Semana Internacional de Cine de Valladolid*” celebrada el mes de octubre del 2020, la organización del festival cinematográfico propuso al teatro una programación de siete días con un total de veinte pases, diecisiete menos que el año pasado. En cuanto a las medidas de seguridad e higiene que exigió la organización de la *Seminci* para todos los espacios, fue limitar el aforo a un 30%, evitando en todo momento los contagios y posibles rebrotes por coronavirus.

Con respecto a las sesiones también se ha notado un gran cambio, pasando de realizar cinco sesiones al día a tres o dos como máximo para evitar las aglomeraciones del público. La política de precios de las entradas no ha sufrido modificaciones, por lo que han sido similares a los aplicados en años anteriores. Al igual que la programación con “Secciones Oficiales”, “Puntos de Encuentro”, “Tiempo de Historia”, “Doc. España” o “Noches de Corto”.

Mientras el teatro individualmente, dejando a un lado la *Seminci*, en su programación para el mes de noviembre se planificó cuatro obras de las cuales no aseguraban al 100% su celebración, debido a las continuas modificaciones en las medidas impuestas por el *Gobierno de España* y la *Junta de Castilla y León*.

El impacto económico que han tenido en estos meses del 2020 durante la pandemia con respecto a años anteriores ha sido una bajada de ingresos de un 90%. Meses como abril, mayo y septiembre que cuentan todos los años con grandes números de actuaciones tuvieron que suspenderse o aplazarse a finales de año.

⁵⁴ *Equipos de Protección Individual.*

La normativa aplicada durante el mes de septiembre les impedía realizar actividades con una asistencia superior a treinta personas, por lo que para el teatro le era muy difícil asegurar espectáculos para un público tan pequeño y obtener de este modo beneficios a repartir. Tras la confirmación del confinamiento nocturno a partir del mes de octubre, el teatro reprogramó nuevamente su programa de actuaciones facilitando a las personas su llegada a los hogares antes de la hora establecida.

3.2.4 Teatro Carrión

Finalizando la temporada 2019 con más de treinta obras distintas programadas, el *Teatro Carrión* se convirtió en uno de los teatros más activos de toda España, según un estudio realizado por “*Taquilla.com*” (L.V., 2020). Dicho espacio dio por comenzada su temporada 2020 con musicales para todos los públicos, obras de ballet, espectáculos de magia, conciertos como el de la “*Orquesta Filarmónica de Valladolid*” o “*El Arrebato*”. Agotando las localidades en muchas de estas actuaciones planeadas durante los meses de enero y febrero.

Ante la falta de información por la carencia de comunicados en su página web, la escasez de referencias en los distintos medios de comunicación y la falta de comunicación con los miembros del teatro, me ha sido complicado analizar la situación de este espacio cultural durante la pandemia. Sin embargo, podemos mencionar brevemente algunos aspectos que ha sufrido esta corporación durante los meses del 2020.

Tras un comunicado de prensa publicado en el mes de marzo, el *Teatro Carrión* de Valladolid, cerró sus puertas al público provocando con ello la cancelación de su programación para los meses de marzo, abril y mayo. Musicales como “*Alicia en el país de las maravillas*” o “*Barco a Venus*”, obras como “*Señor Ruiseñor*” de Els Joglars, conciertos como el de Juan Valderrama o espectáculos como el de Dani Martínez no pudieron celebrarse.

Con respecto al proceso de devolución de los importes de las localidades adquiridas para los espectáculos que no se pudieron celebrar en dichos meses, se dio respuesta en el mes de junio gracias a un comunicado publicado en sus redes sociales oficiales. Efectuando dicha devolución a través de una transferencia bancaria.

Viendo que la situación no mejoraba y que no se podía garantizar la total seguridad de los empleados y espectadores en el establecimiento, el teatro se mantuvo cerrado también los meses de junio, julio y agosto. En septiembre el *Teatro Carrión* volvió a abrir sus puertas al público aplicando debidamente las medidas de seguridad e higiene impuestas por el *Gobierno*. Aunque la organización deseaba continuar con sus actividades

y espectáculos la mayoría terminaban por cancelarse a pocos días de su celebración, según nos han comunicado sus clientes.

Una medida establecida debido a la situación provocada por el coronavirus ha sido el bloqueo de los asientos cercanos. Es decir, a la hora de elegir los asientos la propia web del *Teatro Carrión* nos informa de los protocolos a seguir y de las medidas de seguridad, por lo que los asientos próximos no serán ocupados, manteniendo de este modo las distancias de seguridad.

Además, en la página web oficial del teatro se informaba sobre las distintas medidas de seguridad e higiene anti COVID-19 que se aplicaban en el local. Confiando en las prevenciones de cara a los accesos al teatro, sus salidas, la limitación y el control en los aseos y en el “*The Macbeth Corner Bar*”. El uso obligatorio de mascarillas y de geles hidroalcohólicos al igual que la continua limpieza de la sala y los asientos. Fomentando de este modo la asistencia al teatro y la seguridad en todo momento de los asistentes.

La celebración de la *Seminci* durante la COVID-19 también se ha visto modificada proyectando veintitrés obras cinematográficas en el *Teatro Carrión* de Valladolid, catorce obras menos que la edición anterior. Disponiendo únicamente de dos o tres sesiones por día, siendo la mitad que otros años para evitar de este modo la aglomeración de personas en el local.

3.3 EVENTOS MUSICALES (FESTIVALES)

3.3.1 Introducción

Las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación han sido otro de los sectores más castigados en esta etapa protagonizada por la enfermedad. En cuanto a las palabras más empleadas por las empresas organizadoras de eventos musicales se pueden destacar: cancelado y aplazado, no solo teniendo en cuenta el período del confinamiento, sino también los meses de verano y últimos meses del 2020.

Para poder disfrutar de los pocos actos celebrados, las organizaciones han tenido presente toda la normativa publicada por las instituciones españolas, respetando en todo momento las medidas de seguridad e higiene de los artistas y del público. El límite de aforo, la utilización de mascarillas y geles hidroalcohólicos, la distancia de seguridad entre las personas, acomodarse en butacas, la ventilación y limpieza de los espacios, son algunas de las medidas que han tenido que acostumbrarse los coordinadores y asistentes de estos eventos.

A continuación, se muestra brevemente los cambios que han sufrido los festivales de la ciudad de Valladolid, junto a las novedades y prácticas adaptadas.

3.3.2 “Valladolindie”

El confinamiento por el coronavirus iniciado en marzo pilló por sorpresa a la organización del “*Valladolindie*”, paralizando los diferentes conciertos planificados en diferentes espacios de la ciudad de Valladolid.

Desde el mes de marzo hasta mayo las personas encargadas de programar los conciertos y espectáculos han seguido la evolución de las fases de la desescalada y las distintas medidas impuestas para llevar a cabo las actividades culturales. Siendo el *BOCYL* y *BOE* las principales referencias para atender a las actualizaciones de su labor.

De este modo, conciertos planeados por los organizadores del “*Valladolindie*” como el de “Amaral”, “Beret”, “Alejandro Sanz” o “Manuel Carrasco”, entre otros, se tuvieron que cancelar y aplazar para meses posteriores o incluso para el 2021.

Sin embargo, este no ha sido un motivo para que la gestión y la administración del “*Valladolindie*” se rindiera fácilmente, ya que durante los meses siguientes estudiaron la adaptación de nuevas formas de disfrutar de espectáculos de música en directo. A continuación, se describen brevemente dos nuevos eventos celebrados en la ciudad.

3.3.2.1 “*A Cielo Abierto*”

La primera novedad en este período de pandemia fue “*A Cielo Abierto*”, una iniciativa impulsada por la *Fundación Municipal de Cultura* y el *Ayuntamiento de Valladolid*, para la realización de espectáculos variados de música, de cine, de danza, entre otros.

La programación de este festival se inició a mediados de junio prolongándose los meses de julio y agosto. Distribuyendo los días para la realización de veinticuatro actuaciones de danza, cine o familiares, fomentando de este modo la asistencia de todos los públicos (Ocio Valladolid, 2020). La finalidad no era otra que la celebración de estos actos en la ciudad vallisoletana respetando todas las medidas de seguridad e higiene impuestas por el *Gobierno* en esta situación provocada por el coronavirus.

Al no haberse podido celebrar en el mes de septiembre como es habitual las *Fiestas de la Virgen de San Lorenzo* en Valladolid, las instituciones dieron una respuesta para la realización de actuaciones culturales. El 24 de septiembre se daba comienzo a la ampliación de la programación con el nombre o “*Otoño a cielo abierto*”, o “*En septiembre A Cielo Abierto*”, o simplemente “*A Cielo Abierto*”, con casi cien funciones de diferentes géneros repartidas hasta el 4 de octubre.

Entre las ubicaciones para disfrutar de la programación se podía encontrar el *Patio de los Reyes* localizado en el *Museo Patio Herreriano*, el *Patio de la Feria de Muestras*, el claustro del convento *Agustinos Filipinos*, la *Plaza de Poniente* o el *Museo de la Ciencia de Valladolid*, entre otros (Info V., 2020a). Favoreciendo de este modo la apertura de estos locales y espacios de la ciudad que se habían quedado sin programación.

Cabe mencionar que para la asistencia a los eventos no existían entradas como tal, sino que la organización optó por la entrega de invitaciones, consiguiendo como máximo dos invitaciones por personas o cuatro en el caso de público familiar (Diario de Valladolid, 2020). A través de la página web del *Área de Cultura y Turismo* del *Ayuntamiento de Valladolid* se establecieron los horarios para acceder a estas invitaciones y, de esta forma, poder acudir de manera segura a los distintos espectáculos (Info V., 2020b).

3.3.2.2 “Viva la Vida Valladolid”

Otra de las soluciones propuestas para continuar con las actividades culturales fue el ciclo “*Viva la Vida Valladolid 2020*” celebrado durante los meses de verano. Un festival de nueve conciertos dentro de la programación de “*A Cielo Abierto*” celebrado durante los meses de julio, agosto y septiembre acogiendo a artista como “El Kanka”, “Siloé”, “Diego El Cigala”, “M-Clan”, “Miss Caffaina” o “Celtas Cortos” entre otros.

El fin principal de este ciclo fue la celebración de una pequeña gira de artistas en formato reducido en el *Patio de la Feria de Valladolid*, respetando en todo momento el aforo y las medidas de seguridad e higiene impuestas durante el verano. Así como la continuidad en la organización de eventos culturales para el mantenimiento de las empresas promotoras y el disfrute del público.

Dentro de la sección *Eventos* en la web “*RT Producciones*” se pueden observar los detalles de los espectáculos, al igual que la política de precios empleada por dicho organizador. Para el disfrute de estos eventos nos encontrábamos con un rango de precios entre los 18€ y los 35€ por concierto.

Como bien se indica en la parte inferior de la Ilustración 08, el evento contó con la colaboración de instituciones de la ciudad, así como diversas entidades, *Ribera de Duero* o *IberCaja*, y organizadores como *El Planeta*, *Artisti-k* y “*Valladolindie*”.



Ilustración 08. "Cartel del "Viva la Vida" en Valladolid". Fuente: (E.P., 2020).

3.3.2.3 "Intro Music Festival"

La situación del "Intro Music Festival" en el 2020 ha sido similar a la de otros múltiples eventos celebrados a nivel nacional. Cancelación y aplazamiento de la programación habitual, que consistía en la realización de conciertos en directo, al no conocer realmente cómo será la situación para los días celebrados.

A través de los perfiles oficiales en las distintas redes sociales, la organización del festival emitió un comunicado oficial en octubre sobre el "Intro Music Festival" 2020, aplazando la celebración de este para el 2021. Quiriendo planificar el evento en circunstancias parecidas a las de los años anteriores, con un gran aforo de personas, sin necesidad de estar sentados y siempre respetando las medidas de seguridad del local.

Durante los meses del 2020 no se dieron indicios de los artistas confirmados para el festival, ni información sobre las campañas de entradas, ni la fecha para adquirirlas, por lo que se intuía la cancelación del festival para dicho año.

3.3.3 "Conexión Valladolid Festival"

En junio del 2020 se hubiera celebrado por tercer año consecutivo el "Conexión Valladolid Festival" en la ciudad, sin embargo, debido a la pandemia mundial no se pudo realizar. Tras un comunicado oficial publicado en su página web, la organización del evento quiso informar de la situación y de las alternativas que reflexionaron para poder hacerlo en agosto, manteniendo el cartel y respetando las medidas de seguridad e higiene impuestas por el Gobierno (C.V.F., 2020a).

A pesar de las ganas de todas las personas implicadas en el proyecto, se dio por cancelado el festival para el 2020, a causa de los problemas generados y los cambios constantes en las normativas aplicadas. Optando por esperar para disfrutar de los conciertos en directo y al aire libre, teniendo como nueva fecha el 25 y 26 de junio del 2021 (C.V.F., 2020b), confiando en poder realizarlo en circunstancias similares a las ediciones anteriores.

Por otro lado, en el comunicado oficial también se informaba sobre las entradas adquiridas anteriormente, siendo éstas legales para el disfrute del 2021. Además, de comunicar su procedimiento de devolución si alguno de los abonados lo necesitase. Según el artículo 36 del Real Decreto-ley 11/2020, de 31 de marzo, modificado por la disposición final quinta del Real Decreto-ley 21/2020, de 9 de junio se tendría derecho a la resolución de determinados contratos sin penalización por consumidores y usuarios (C.V.F., 2020b).

Durante todo el año, las publicaciones con respecto a los importes de las entradas y abonos para el nuevo festival se han centrado en presentar nuevas ofertas para fomentar su adquisición. Pese a toda la situación de incertidumbre que ha sufrido el sector cultural en este 2020, las cifras de las personas abonadas al festival se han mantenido e incluso han aumentado, según nos ha indicado Álvaro Vidal a través de su entrevista. Entendiendo que la población continúa apostando por las iniciativas culturales y en este caso musicales de la ciudad de Valladolid.

Tras dos ediciones del festival, una novedad estudiada e incorporada para esta última ha sido el *abono VIP* por un importe superior y teniendo privilegios tales como servicios de acceso rápido a las instalaciones, aseos exclusivos, barra y coctelería VIP y zona de descanso con mobiliario, entre otros servicios varios. Según las referencias de su director, dicho abono cuenta con una gran acogida por parte de los asistentes.

Por otro lado, la dirección del festival nos ha comunicado que el cartel de los artistas se ha mantenido sin bajas para el 2021. Artistas de la talla como “Nathy Peluso”, “Natos y Waor”, “Lola Indigo”, “Kase O”, “Second”, entre otros, a los que se han sumado este verano las confirmaciones de otros artistas como “Cupido”, “La M.O. D. A.” y “La Habitación Roja” como se puede apreciar en la Ilustración 09.



Ilustración 09. "Cartel del "Conexión Valladolid Festival" para el 2021". Fuente: (C.V.F., 2020b).

En cuanto a las posibles subvenciones y ayudas concedidas por el *Gobierno de España* u otras instituciones autonómicas, están a la espera de las soluciones que puedan darles el *Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música, INAEM*.

Cabe mencionar que el estudio de mercado del festival realizado el primer año con vistas a un largo futuro para comprender tanto la rentabilidad como la viabilidad del proyecto, se hizo sin tener en cuenta estas situaciones que provocan parones en su actividad principal. La inversión para organizar todos los años el "*Conexión Valladolid Festival*" es constante, ya que todas las personas implicadas apuestan con firmeza por el evento.

El proyecto del festival se ha convertido, como se ha podido observar con todos los datos anteriores, en un acontecimiento muy poderoso e influyente para la ciudad y para la población. Actualmente se encuentran en una etapa de recuperación económica y de crecimiento de cara a los próximos años. Y pese a toda esta situación de incertidumbre las personas encargadas del festival se muestran optimistas, ya que han sabido mantener el evento para el 2021.

4 CONCLUSIONES

El tiempo de ocio es algo que elegimos las personas para desconectar de la rutina, del trabajo, de los problemas o situaciones que nos superan día tras día. Por lo que la sensación global que se ha tenido durante este 2020 ha sido la de robarnos esos momentos de descanso personal.

En ciertos países, la rápida respuesta de los gobiernos ante la pandemia estabilizó la situación. La organización en los controles constantes por medio de las PCR, los aislamientos, la reanudación ordenada y la concienciación de la población al habituizarse con las medidas para no contagiarse, han sido la clave para el control del coronavirus. Comparando todo ello con España podemos decir que en algunos aspectos se asimila, aunque en otros como la organización se debería aprender más de otras potencias.

A continuación, expondremos una serie de conclusiones a las que hemos llegado con la realización de este trabajo.

- La primera de ellas ha sido ser conscientes de la gravedad que ha supuesto la paralización de todas las actividades en los sectores objeto de estudio durante los meses del confinamiento, tras las normativas impuestas por el *Gobierno de España*. Teniendo en cuenta a las personas que trabajan en las corporaciones, los clientes y clientas, las personas abonados, los socios, las empresas patrocinadoras, etcétera.
- Además, hemos visto cómo el retorno de algunas de las actividades, y la correspondiente adaptación a la nueva normalidad, ha sido más sencillo para algunas corporaciones.

En el caso del deporte, los clubes de Valladolid han tenido el respaldo de las federaciones e instituciones para continuar en la medida de lo posible con sus actividades. No obstante, en el caso de la cultura, algunas organizaciones no han tenido ese apoyo por parte de las instituciones para retomar sus actividades.

En relación con ello, podemos decir que el *Teatro Calderón* al ser espacio público perteneciente al *Ayuntamiento de Valladolid*, sí que ha tenido dicho apoyo para la continuación de sus acciones culturales. Mientras que el *Teatro Carrión* y el *Teatro Cervantes* al ser empresas de carácter privado, no han tenido ese respaldo de una institución como el *Ayuntamiento*, por lo que la continuidad de sus actividades se ha complicado.

- Otra de las conclusiones a las que hemos llegado ha sido la cancelación de espectáculos y eventos para el 2020, a causa de la falta de rentabilidad en algunos casos, y su aplazamiento para el 2021. Sucesos que hemos podido comprender gracias a las entrevistas realizadas.

Si tenemos en cuenta los festivales de música podemos observar que son eventos que mueven a miles de personas y cuya celebración en tiempos de COVID-19 podía percibirse con una sensación agri dulce; dulce y agradable en el sentido que sí se podían celebrar, pero agrio y a la vez desagradable por no poder disfrutar al 100% del evento a causa de las medidas impuestas.

- Con ello enlazamos con la siguiente conclusión, y es la mala gestión en algunas corporaciones vallisoletanas.

En el caso del *Teatro Carrión*, durante estos meses atrás, han intentado organizar actuaciones que finalmente no se han celebrado, y en cuanto a la comunicación con los asistentes dejaba mucho que desear, al informarles pocos días antes de los actos. De este modo, muchas de las personas han mostrado su malestar al no saber si finalmente se podía acudir.

- También hemos sido conscientes de los ingresos dejados de percibir al paralizar las actividades y servicios. Así como, por los límites de aforo permitido en los espacios y las devoluciones de los abonos y/o entradas, situaciones ocasionadas durante la pandemia.
- Del mismo modo, nos hemos dado cuenta del aumento de los gastos en todas las corporaciones ocasionados por el mantenimiento de las instalaciones durante el período del confinamiento y por las inversiones realizadas para acondicionar los espacios e instalaciones.
- Así mismo, hemos entendido la difícil continuidad de las corporaciones debido a la complejidad en la planificación y organización de eventos y espectáculos, por los cambios constantes en las normativas aplicadas.

Como ya hemos dicho, el sector cultural ha sido uno de los más castigados durante estos meses, dado que es muy complicado mantener abierto un negocio en el que muchas personas tienen miedo de acudir porque se juegan la vida. Aunque en general todas las organizaciones han puesto todos sus esfuerzos por continuar, teniendo en cuenta en todo momento al público y su seguridad.

Cabe mencionar que las competiciones deportivas se pueden visualizar en *streaming* desde los hogares, mientras que para la visualización de las obras, espectáculos o actuaciones culturales y musicales no se tiene dicha opción, a excepción del festival *Seminci*.

En conclusión, creemos justo decir que la situación actual es verdaderamente de incertidumbre económica al no tener el conocimiento asegurado de la evolución futura. Aunque todavía queda camino por andar, se ha demostrado que las instituciones necesitan continuar apoyando a los empresarios de las organizaciones locales o sino la gestión de las corporaciones irá a peor. Al igual que fomentar las nuevas prácticas que aseguren el futuro económico de las empresas.

5 BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado P. (2005)** “Valladolindie. 10 aniversario”. *Valladolid Web Musical*, marzo de 2005. Recuperado de: <https://n9.cl/xpagd> en noviembre de 2020.
- A.V. (2017)** “Mikel Erentxun, Iván Ferreiro, M Clan, León Benavente, Sidonie y La Habitación Roja, cartel del Intro Music”. *Ayuntamiento de Valladolid*, 20 de septiembre de 2017. Recuperado de: <https://bit.ly/2II7U1b> en noviembre de 2020.
- Borda V. (2020)** “La ACB ratifica que no habrá ascensos desde LEB Oro 23 julio 2020”. *El Norte de Castilla*, 23 de julio de 2020. Recuperado de: <https://n9.cl/ovsmw> en octubre de 2020.
- B. UVa (2016)** “Intro Music Festival”. *Centro Buendía-Uva*. Recuperado de: <http://www.buendia.uva.es/intro-music-festival> en noviembre de 2020.
- Carballo M. (2019)** “El Aula Alimentos Valladolid pone en marcha su campaña de abonados”. *Valladolid Deporte*, 9 de julio de 2019. Recuperado de: <https://n9.cl/x7ot> en octubre de 2020.
- C.D.B.A. (2020a)** “Comunicado Aula Alimentos de Valladolid”. *Club Deportivo de Balonmano Aula*, 9 de septiembre de 2020. Recuperado de: <https://n9.cl/fg8iy> en octubre de 2020.
- C.D.B.A. (2020b)** “El Aula Alimento de Valladolid anuncia dos casos positivos por COVID-19 en su plantilla”. *Club Deportivo de Balonmano Aula*, 20 de octubre de 2020. Recuperado de: <https://n9.cl/d7bf2> en octubre de 2020.
- C.D.B.A. (2020c)** “Aplazado el partido entre el Atlético Guardés y el Aula Alimentos de Valladolid”. *Club Deportivo de Balonmano Aula*, 22 de octubre de 2020. Recuperado de: <https://n9.cl/r33lq> en octubre de 2020.
- C.D.B.A. (2020d)** “El Aula Alimentos de Valladolid anuncia siete nuevos positivos tras realizar las pruebas PCR a todo el equipo”. *Club Deportivo de Balonmano Aula*, 22 de octubre de 2020. Recuperado de: <https://bit.ly/3IASdrb> en octubre de 2020.
- Colás L. (2018)** “‘Contigo es real’, la campaña de abonados del Pucela que se ha planteado los 20.000 socios como meta”. *Tribuna Valladolid*, 5 de julio de 2018. Recuperado de: <https://n9.cl/gpqks> en octubre de 2020.

- C.V.F. (2020a)** “Comunicado Oficial – COVID-19”. *Conexión Valladolid Festival*. Recuperado de: <https://www.conexionvalladolid.es/comunicado-oficial-covid-19/> en octubre de 2020.
- C.V.F. (2020b)** “Comunicado Oficial cambio de fecha”. *Conexión Valladolid Festival*. Recuperado de: <https://www.conexionvalladolid.es/comunicado-oficial-cambio-de-fecha/> en octubre de 2020.
- CyL D. (2020a)** “El Carramimbre CBCV estudiará compensar a sus abonados”. *Castilla y León es deporte*, 26 de mayo de 2020. Recuperado de: <https://n9.cl/uzv6k> en octubre de 2020.
- CyL D. (2020b)** “El Aula Alimentos de Valladolid da la opción de solicitar la devolución proporcional del abono de la temporada 2019-20”. *Castilla y León es deporte*, 18 de junio de 2020. Recuperado de: <https://bit.ly/36EI0Um> en octubre de 2020.
- De Pablos et al. (2020)** De Pablos L. M., Borda V., Bengoechea E., Yuste E. y González J. “Patrocinios deportivos: Sin certezas, los clubes penden de un hilo”. *El Norte de Castilla*, 19 de abril de 2020. Recuperado de: <https://bit.ly/35xU6zd> en octubre de 2020.
- Diario de Valladolid (2020)** “Las invitaciones para la programación de 'En septiembre, a Cielo Abierto' se podrán recoger desde el lunes”. *Diario de Valladolid*, 30 de agosto de 2020. Recuperado de: <https://bit.ly/2ILKpo0> en noviembre de 2020.
- D.V. (2020a)** “Valladolid estrenará el lunes la fase 1 de la ‘desescalada’”. *El Día de Valladolid*, 22 de mayo de 2020. Recuperado de: <https://n9.cl/9py4> en octubre de 2020.
- D.V. (2020b)** “La LEB Oro se divide en dos grupos”. *El Día de Valladolid*, 3 de julio de 2020. Recuperado de: <https://bit.ly/3f82zwi> en octubre de 2020.
- El Norte de Castilla (2019)** “La historia del Real Valladolid Club de Fútbol”. *El Norte de Castilla*, 3 de septiembre de 2019. Recuperado de: <https://n9.cl/bth9o> en octubre de 2020.
- El Norte de Castilla (2020)** “El Aula se une a Recoletas y Carramimbre y presenta un ERTE”. *El Norte de Castilla*, 27 de marzo de 2020. Recuperado de: <https://n9.cl/q9ohm> en octubre de 2020.

- E.P. (2020)** “*Loquillo y Gabriel Sopena, el día 17 de julio, completan el cartel del ciclo 'Viva la Vida' en Valladolid*”. *Europa Press*, 24 de junio de 2020. Recuperado de: <https://n9.cl/jvwtz> en noviembre de 2020.
- F.B. de CyL (2020)** “*Club Baloncesto Ciudad de Valladolid*”. *Federación de Baloncesto de Castilla y León*. Recuperado de: <https://n9.cl/hpu6f> en octubre de 2020.
- Info V. (2018)** “*Temporada 2018/2019 Calderón*”. *Área de Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Valladolid*. Recuperado de: <https://n9.cl/hijj> en octubre de 2020.
- Info V. (2020a)** “*Valladolid presenta la programación cultural 'Otoño a cielo abierto'*”. *Área de Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Valladolid*, 22 de septiembre de 2020. Recuperado de: <https://bit.ly/38ODSE0> en noviembre de 2020.
- Info V. (2020b)** “*Otoño a cielo abierto*”. *Área de Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Valladolid*. Recuperado de: <https://www.info.valladolid.es/otono-cultural> en noviembre de 2020.
- Junta CyL (2020)** “*La Junta modifica el plan de medidas de prevención y control para hacer frente a la crisis sanitaria para ampliar aspectos relacionados con aforos y participación en eventos culturales y deportivos*”. *Junta de Castilla y León, Consejo de Gobierno*, 9 de julio de 2020. Recuperado de <https://n9.cl/ykm78> en noviembre de 2020.
- LaLiga (2020)** “*Descubre los horarios de las jornadas 28 y 29 de LaLiga Santander 2019/2020*”. *LaLiga*, 31 de mayo de 2020. Recuperado de: <https://bit.ly/36Vs6oP> en octubre de 2020.
- L.E.B. Oro (2020a)** “*Todos los partidos de las Competiciones FEB se disputarán a puerta cerrada*”. *LEB Oro*, 10 de marzo de 2020. Recuperado de: <https://bit.ly/2Uy4Qr2> en octubre de 2020.
- L.E.B. Oro (2020b)** “*Las Comisiones Delegada y de Presidentes de la FEB ratifican el aplazamiento de las dos próximas jornadas en todas sus competiciones nacionales*”. *LEB Oro*, 12 de marzo de 2020. Recuperado de: <https://n9.cl/v2lz> en octubre de 2020.
- L.E.B. Oro (2020c)** “*El aplazamiento de las Competiciones FEB se extiende a la jornada del 28-29 de marzo*”. *LEB Oro*, 18 de marzo de 2020. Recuperado de: <https://bit.ly/2II9IN7> en octubre de 2020.

- L.E.B. Oro (2020d)** *“El aplazamiento de las Competiciones FEB se extiende hasta la jornada del 11-12 de abril debido a la ampliación del estado de alarma”*. LEB Oro, 25 de marzo de 2020. Recuperado de: <https://bit.ly/3kBa2oD> en octubre de 2020.
- L.E.B. Oro (2020e)** *“La Comisión Delegada da por concluida la temporada regular sin descensos y fija las Fases de Ascenso”*. LEB Oro, 8 de mayo de 2020. Recuperado de: <https://bit.ly/2Uu1yVG> en octubre de 2020.
- Leonoticias (2019)** *“Éxito total del Intro Music, el festival del leonés Dani Martínez”*. Leonoticias, 2 de diciembre de 2019. Recuperado de: <https://bit.ly/3pyTuBh> en noviembre de 2020.
- L.V. (2020)** *“El Carrión de Valladolid, uno de los más activos en toda España”*. La Vanguardia, 9 de marzo de 2020. Recuperado de: <https://n9.cl/a08jr> en noviembre de 2020.
- M.S. (2020)** *“Plan De Respuesta Temprana En Un Escenario De Control De La Pandemia Por Covid-19”*. Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, 16 de julio de 2020. Recuperado de: <https://n9.cl/ikkt> en noviembre de 2020.
- N.S.P. (2019)** *“El Carramimbre lanza su campaña de abonados con descuentos para las familias”*. No solo Pucela, 24 de junio de 2019. Recuperado de: <https://n9.cl/otum4> en octubre de 2020.
- Ocio Valladolid (2020)** *“Valladolid revive con un verano cultural para todos los gustos”*. Ocio Valladolid, 17 de junio de 2020. Recuperado de: <https://n9.cl/dmx5> en noviembre de 2020.
- OMS (2020)** *“Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)”*. Organización Mundial de la Salud. Recuperado de: <https://n9.cl/gdwo> en noviembre de 2020.
- Ovelleiro J. (2019)** *“Valladolindie, el “festival más largo del mundo” que lleva 25 años surtiendo a Valladolid de música en directo”*. Último Cero, 25 de junio de 2019. Recuperado de: <https://bit.ly/35ywyTS> en noviembre de 2020.
- P.B. (2019)** *“¡¡TÚ NUNCA FALLAS!!”*. Palencia Basket, 26 de agosto de 2019. Recuperado de: <https://www.palenciabasket.com/tu-nunca-fallas/> en octubre de 2020.
- Pérez J. (2018)** *“Ronaldo ya es presidente del Valladolid”*. Marca, 28 de septiembre de 2018. Recuperado de: <https://bit.ly/38OY6xg> en octubre de 2020.

- Postigo J. (2020a)** “Esto es todo lo que puedes hacer con Valladolid en fase 2”. *Tribuna Valladolid*, 5 de junio de 2020. Recuperado de: <https://n9.cl/6ka0i> en octubre de 2020.
- Postigo J. (2020b)** “Esto es todo lo que puedes hacer con Valladolid en fase 3”. *Tribuna Valladolid*, 12 de junio de 2020. Recuperado de: <https://n9.cl/3ksu> en octubre de 2020.
- R.F.E.BM. (2020)** “Competición Liga Guerreras Iberdrola”. *Real Federación Española de Balonmano*. Recuperado de: <https://n9.cl/brn6z> en octubre de 2020.
- R.V. (2018)** “Nace el Real Valladolid”. *Real Valladolid*, 11 de octubre de 2018. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/nace-el-real-valladolidi> en octubre del 2020.
- R.V. (2019)** “Abonos 2019/2020”. *Real Valladolid*. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/area-fan/abonos-2019-2020> en octubre de 2020.
- R.V. (2020a)** “Las medidas ante el COVID-19”. *Real Valladolid*, 11 de marzo de 2020. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/las-medidas-ante-el-covid-19> en octubre de 2020
- R.V. (2020b)** “Comunicado oficial”. *Real Valladolid*, 26 de marzo de 2020. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/comunicado-oficial-2> en octubre de 2020.
- R.V. (2020c)** “Comunicado oficial”. *Real Valladolid*, 10 de abril de 2020. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/comunicado-oficial-3> en octubre de 2020.
- R.V. (2020d)** “Comunicado oficial”. *Real Valladolid*, 11 de abril de 2020. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/comunicado-oficial-4> en octubre de 2020.
- R.V. (2020e)** “Comunicado oficial”. *Real Valladolid*, 30 de abril de 2020. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/comunicado-oficial-5> en octubre de 2020.
- R.V. (2020f)** “Comunicado oficial”. *Real Valladolid*, 4 de mayo de 2020. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/comunicado-oficial-6> en octubre de 2020.

- R.V. (2020g)** “Comunicado oficial”. *Real Valladolid*, 23 de mayo de 2020. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/comunicado-oficial-7> en octubre de 2020.
- R.V. (2020h)** “Comunicado oficial”. *Real Valladolid*, 14 de junio de 2020. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/comunicado-oficial-8> en octubre de 2020.
- R.V. (2020i)** “Comunicado oficial”. *Real Valladolid*, 13 de agosto de 2020. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/comunicado-oficial-9> en octubre de 2020.
- R.V. (2020j)** “Comunicado oficial”. *Real Valladolid*, 25 de agosto de 2020. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/comunicado-oficial-10> en octubre de 2020.
- R.V. (2020k)** “Comunicado oficial”, *Real Valladolid*, 12 de septiembre de 2020. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/comunicado-oficial-11> en octubre de 2020.
- R.V. (2020l)** “Comunicado oficial”. *Real Valladolid*, 17 de septiembre de 2020. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/comunicado-oficial-12> en octubre de 2020.
- R.V. (2020m)** “*El Real Valladolid Baloncesto es una realidad*”. *Real Valladolid*, 3 de agosto de 2020. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/el-real-valladolid-baloncesto-es-una-realidad> en octubre de 2020.
- R.V. (2020n)** “Comunicado Oficial”. *Real Valladolid*, 5 de octubre de 2020. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/comunicado-oficial-16> en octubre de 2020.
- R.V. (2020o)** “*Más juntos que nunca*”. *Real Valladolid*, 7 de octubre de 2020. Recuperado de: <https://www.realvalladolid.es/noticia/mas-juntos-que-nunca> en octubre de 2020.
- Seminci (2020)** “*La venta anticipada de entradas para la 65 Seminci comenzará el próximo 19 de octubre*”. *Semana Internacional de Cine de Valladolid*. Recuperado de: <https://bit.ly/3kAQmkS> en noviembre de 2020.
- Taquilla (2020)** “*Cartelera del Teatro Carrión*”. *Taquilla.com*. Recuperado de: https://www.taquilla.com/valladolid/teatro-carrion-valladolid#disposicion-de-la-sala_consulta en noviembre de 2020.

Tribuna Valladolid (2019) “*El CBC Valladolid empieza el curso con un partido trampa*”.

*Tribuna Valladolid, 24 de septiembre de 2019. Recuperado de:
<https://n9.cl/gj48> en octubre de 2020.*

Tribuna Valladolid (2020) “*La Seminci abre al mundo sus actos a través de un canal de difusión online*”. *Tribuna Valladolid, 14 de octubre de 2020. Recuperado de:*

<https://bit.ly/3pvHkcq> en noviembre de 2020.

Valladolid Deporte (2019) “*El Carramimbre presenta la campaña de abonados para la segunda vuelta*”. *Valladolid Deporte, 10 de enero de 2019. Recuperado de:*

<https://n9.cl/5b28> en octubre de 2020.