

# **GRADO EN COMERCIO**

## **TRABAJO FIN DE GRADO**

**“Estudio socioeconómico de la  
Semana Santa de Valladolid y visión  
de los cofrades”**

**MIRELLA GARCÍA HERNÁNDEZ**

**FACULTAD DE COMERCIO  
VALLADOLID, 18 de junio de 2024**



**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**  
**GRADO EN COMERCIO**

CURSO ACADÉMICO 2023/2024

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**“Estudio socioeconómico de la Semana  
Santa de Valladolid y visión de los  
cofrades”**

**Trabajo presentado por: Mirella García Hernández**

**Tutor: María Redondo Carretero**

**FACULTAD DE COMERCIO**

Valladolid, 18 de junio de 2024

## ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	4
2.	EL TURISMO RELIGIOSO .....	5
2.1.	ORIGEN DEL TURISMO RELIGIOSO .....	5
2.2.	TIPOS DE VISITANTES DEL TURISMO RELIGIOSO .....	7
2.3.	ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN EL TURISMO RELIGIOSO .....	9
2.4.	IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO RELIGIOSO .....	10
3.	MANIFESTACIONES RELIGIOSAS .....	10
3.1.	PEREGRINACIONES .....	11
3.2.	SEMANA SANTA .....	13
3.2.1.	IMPACTO ECONÓMICO DE LA SEMANA SANTA .....	14
4.	EL IMPACTO DE LA SEMANA SANTA DE VALLADOLID .....	17
4.1.	IMPACTO ECONÓMICO: DIRECTO, INDIRECTO E INDUCIDO .....	18
4.2.	GASTO PÚBLICO .....	21
4.3.	CREACIÓN DE EMPLEO .....	24
4.4.	ESTIMACIÓN DE PRESUPUESTO DE LAS COFRADÍAS Y HERMANDADES .....	26
4.4.1.	FUENTES DE INGRESOS .....	26
4.4.2.	FUENTES DE GASTOS .....	28
5.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	31
5.1.	TÉCNICAS CUALITATIVAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN .....	31
5.2.	TÉCNICAS CUANTITATIVAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN .....	37
5.2.1.	RESULTADOS DEL ESTUDIO .....	38
6.	ANÁLISIS DE CASO: COMUNICACIÓN DE LA SEMANA SANTA DE VALLADOLID .....	54
6.1.	DIAGNÓSTICO DE ACCIONES REALIZADAS .....	55
6.2.	PROPUESTAS DE ACCIONES A REALIZAR .....	57
7.	CONCLUSIONES .....	58
	BIBLIOGRAFÍA.....	60

## 1. INTRODUCCIÓN

La Semana Santa es una de las festividades más importantes en muchos países, especialmente en aquellos que tienen una tradición católica profundamente arraigada, como es el caso de España. La Semana Santa trata de una tradición religiosa que conmemora la Pasión, Muerte y Resurrección de Jesucristo, pero cuyo impacto va más allá de lo religioso, convirtiéndose en un fenómeno cultural, social y económico de gran relevancia. La Semana Santa moviliza a millones de personas y fomenta la economía local a través del comercio y el turismo.

La Semana Santa de Valladolid, que es de la que trata el estudio, tiene una importancia excepcional en la ciudad. Declarada Fiesta de Interés Turístico Internacional, ésta sobresale por la solemnidad y silencio en sus procesiones, y por la riqueza artística de las tallas, muchas de ellas obras maestras del renacimiento y el barroco español. Las cofradías y hermandades de Valladolid tienen un papel esencial en la organización de los eventos, además de transmitir la tradición de generación en generación. Es por todo esto que esta Semana Santa de Valladolid crea un movimiento económico de grandes dimensiones, propio de estudiarlo.

Mi relación con la Semana Santa de Valladolid es personal ya que formo parte de ella. Soy cofrade de la Cofradía Penitencial y Sacramental de la Sagrada Cena, y componente de la sección de banda de la cofradía. Aunque sólo llevo perteneciendo dos años a la cofradía, el mundo de la Semana Santa me ha fascinado desde que era pequeña. Esta experiencia me ha permitido no solo vivir de cerca la intensidad de esta celebración, sino también observar su impacto en la comunidad desde una perspectiva única. La motivación para elegir este tema para mi trabajo de fin de grado surge de mi deseo de profundizar en el estudio de esta festividad, no solo desde un punto de vista religioso, sino también explorando su dimensión socioeconómica y su influencia en la ciudad de Valladolid.

El objetivo de la realización de este trabajo es ver más allá del evento religioso, analizando el gran impacto económico y social que tiene la Semana Santa de Valladolid. Además, también he querido analizar la comunicación y las acciones utilizadas para promocionar el evento.

El trabajo se divide en dos partes. Una primera parte teórica, donde se habla del turismo religioso; el origen, tipos de visitantes, acciones de comunicación y la importancia económica. Después, se tratan las manifestaciones religiosas; las peregrinaciones y la

Semana Santa, donde se habla del impacto en general de esta. A continuación, pasamos al impacto de la Semana Santa de Valladolid, donde se trata el impacto económico, el gasto público, la creación de empleo y la estimación del presupuesto de las cofradías y hermandades.

La segunda parte sería la parte práctica o aplicada del trabajo. En primer lugar, se desarrolla una investigación de mercados, donde se han incluido técnicas cualitativas con la realización de una entrevista a Miguel Vegas, Presidente de la Junta de Cofradías de Valladolid; y técnicas cuantitativas, con la realización de una encuesta a los cofrades vallisoletanos. A continuación, tras ponerse de manifiesto la relevancia de la comunicación en la Semana Santa de Valladolid, se realiza un análisis de la comunicación en el citado evento. Y, por último, se incluyen las principales conclusiones extraídas de la realización del trabajo.

Entre las contribuciones que aportan este trabajo destaca la obtención de conocimiento por parte de los cofrades sobre como incrementar la difusión de la Semana Santa y conocer las perspectivas de futuro de la Semana Santa de Valladolid.

## 2. EL TURISMO RELIGIOSO

El turismo religioso se puede definir como un tipo de turismo en el que su objetivo principal es vivir la fe o espiritualidad. En este tipo de turismo se mezclan elementos históricos, espirituales y culturales, y puede abarcar la visita de lugares sagrados y viajes conocer fiestas o rituales religiosos.

El turismo religioso presenta una serie de características. En primer lugar, es un fenómeno multidimensional, ya que fusiona el ámbito religioso, el cultural y el histórico. Este es el motivo por el que este tipo de turismo puede ser realizado por gente creyente y por gente que no lo es (Coranguéz, A., 2023). Por otra parte, la estancia media de este tipo de turismo se caracteriza por ser corta. Los viajes del turismo religioso suelen durar pocos días, incluso en muchos casos duran un día. Por último, cabe destacar que es un sector que actualmente está en auge económico debido al incremento de la realización de estos viajes.

### 2.1. *ORIGEN DEL TURISMO RELIGIOSO*

El nacimiento del turismo religioso se remonta a la Edad Antigua, sobre el siglo VIII antes de cristo, con las primeras peregrinaciones para visitar Delfos donde se encontraba el santuario del dios Apolo.

Los griegos viajaban al santuario del dios Apolo dado que pensaban que era el lugar más importante de la tierra. En el santuario estaba lo que se conoce comúnmente como el oráculo de Delfos. Este oráculo servía para conocer el futuro y para tomar decisiones. Algunas de las consultas que se realizaban, eran de carácter público y afectaban a temas políticos de las ciudades. Las predicciones que se obtenían tenían una gran influencia en las decisiones que tomaban los líderes de cada ciudad. Las consultas se realizaban a una sacerdotisa que supuestamente era el canal por donde hablaba el dios Apolo. La celebración de estos oráculos sucedía los días 7 de cada mes por ser el día en el que nació Apolo.

A partir de siglo VIII antes de cristo se conforma una red de peregrinos que conectaba a Grecia con esa ubicación, y ahí es donde se tiene constancia que nace el turismo religioso.

Es importante destacar que, al igual que ocurre hoy en día, la religión y la economía ya estaban relacionadas. Para asistir al oráculo y poder ser atendido por la sacerdotisa, los peregrinos tenían que hacer un sacrificio de un animal o hacer una ofrenda de un pastel. Tanto los animales que se sacrificaban como los pasteles los vendían allí.

Las tasas que se pagaban eran diferentes, dependiendo del tipo de peregrino que fuera. Para un ciudadano medio el precio que tenía que pagar para asistir al oráculo era asequible, pero para los peregrinos más pudientes el precio era más elevado, además de tener que realizar algún presente. También la consulta era más cara cuando se trataba temas que afectaran a la sociedad (Movellán, M., 2024).

Otro de los comienzos del turismo religioso data del siglo VI antes de cristo cuando comienzan las peregrinaciones al santuario del dios Asclepio, hijo de Apolo, conocido por los romanos como Esculapio.

Esculapio era el dios que tenía el don de la medicina y la curación. El santuario de Esculapio se creó para las personas que necesitaban una cura y, desde entonces, comenzaron las peregrinaciones allí. La curación de los peregrinos que asistían allí trataba en que el peregrino tenía que dormir en el hall del santuario junto a otros peregrinos y con serpientes que no eran venenosas. Después la persona tenía que contar lo que había soñado al sacerdote y éste le recetaba un tratamiento que casi siempre se trataba de deporte y baños.

Estas peregrinaciones eran de carácter religioso y médico, pero también entró la economía en juego al crecer y hacerse famosa la ciudad donde se situaba el santuario. Se destinó mucha riqueza para obras públicas (Viaje al Patrimonio, 2017).

Más adelante comenzaron a nacer otras religiones como el islam y el cristianismo, y en la Edad Media dieron comienzo a nuevas peregrinaciones y aumentó la popularidad de estas (Oviedo, S., 2022).

El turismo religioso cristiano apareció poco después del nacimiento de esta religión. Después de la muerte de Jesucristo se descubrieron los lugares sagrados que tenían relación con su vida y, en ese momento, comenzaron las peregrinaciones a Jerusalén, Nazaret y Belén. Se cree que la primera peregrinación la llevaron a cabo los discípulos de Jesús hasta Jerusalén después de la muerte de este (Fundación CARF, 2023).

Más adelante nacieron otras peregrinaciones cristianas famosas como fueron el viaje a Roma para llegar hasta la tumba de San Pedro y el viaje a Santiago de Compostela para llegar hasta la tumba de Santiago. Estos dos viajes de peregrinación se denominaron los “Santuarios de la Compasión” debido a que los cristianos van allí a recibir exculpación de los pecados.

Hoy en día se tiene la idea que durante la Edad Media existían más de 1.000 santuarios como estos distribuidos por toda Europa (Engrupo Viajes, 2022).

El nacimiento del turismo islámico se remonta a hace 4.000 años, con la primera peregrinación a la Meca por parte de Abraham. Después, en el 632, Mahoma realizó la peregrinación con sus seguidores antes de morir y les mostró cual eran los rituales que debían realizar durante la peregrinación. Cuando llegó al monte Arafat expresó el Sermón de Despedida y desde ese momento pasa a ser uno de los cinco mandatos del islam. A partir de esa fecha las peregrinaciones a la Meca comenzaron a hacerse masivamente, y las peregrinaciones allí por parte de los gobernantes eran consideradas como asuntos de estado (de Lama, V., 2022).

## 2.2. TIPOS DE VISITANTES DEL TURISMO RELIGIOSO

En relación al turista religioso, existen unas características comunes al realizar este tipo de turismo (Cocreando Turismo, 2022), las cuales se enuncian a continuación:

- Explorar el patrimonio cultural de un lugar, es decir, conocer las tradiciones, la historia, el arte, etc.

- Indagar una conexión íntima y profunda entre el entorno visitado y el ámbito espiritual, donde se fusionen la esencia del lugar y la búsqueda interior de significado y trascendencia.
- Extraer una reflexión profunda y significativa del viaje emprendido, una introspección que capte las lecciones aprendidas, los momentos compartidos y las experiencias vividas, enriqueciendo así el propio crecimiento personal.
- Compartir la experiencia con otras personas y poder intercambiar las diferentes perspectivas.
- Experimentar emociones intensas y significativas que tengan una conexión con la religión y la fe.

Tras exponer las características de lo que busca un turista religioso, a continuación, nos centramos en las necesidades concretas que tiene este tipo de turista. Los turistas religiosos necesitan cubrir las siguientes necesidades para desempeñar sus viajes (Cocreando Turismo, 2022):

- Seguridad y tranquilidad. Los turistas religiosos necesitan servicios durante el viaje que cubran estos atributos, los cuales pueden haber sido adquiridos previamente.
- Guías especializados. Para poder aprovechar de forma óptima el viaje y adquirir todos los conocimientos posibles, los turistas religiosos necesitan guías que los transmitan para conformar una experiencia plena.
- Servicios adaptados. Algunos turistas tienen necesidades especiales, en mayor medida que en otro tipo de turismo, y, por ello, el viaje tiene que estar adaptado para que pueda ser realizado por todas las personas sin excluir a nadie.

En cuanto a los tipos de visitantes dentro del turismo religioso, siguiendo a Torres et al. (2021), podemos diferenciar entre peregrinos, turista cultural, turista religioso en sí, y turista secular.

En primer lugar, el peregrino es el visitante fundamental en estos destinos. Se trata de una persona que realiza un viaje por motivos religiosos y con la idea de realizar unos votos o penitencia, sin usar servicios turísticos. Pero realmente esto no es siempre de esta manera, ya que hay personas que realizan un viaje de peregrinación con la búsqueda de algún objetivo que no tiene por qué ser religioso. Suelen ser, en su mayoría, hombres adultos.

En segundo lugar, encontramos el turista cultural. Se refiere a una persona que realiza viajes de turismo religioso, pero su principal motivación se basa en conocer nuevas culturas y beneficiarse intelectualmente de ello.

En tercer lugar, el turista religioso en sí. En este caso, es una mezcla entre un turista cultural y un peregrino. Por una parte, es similar al peregrino en cuanto a su motivación religiosa y, por otra parte, tiene similitudes con el turista cultural, ya que además de motivación religiosa también tiene motivación cultural o intelectual.

Por último, se encuentra el turista secular: La característica principal de este tipo concreto de turista es que va en grupo. Puede realizar el turismo por motivos únicamente religiosos, por motivos únicamente culturales, o ambos, pero siempre realiza los viajes en grupo.

### 2.3. ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN EL TURISMO RELIGIOSO

Las acciones de comunicación del turismo religioso han ido cambiando y adaptándose a la actualidad que vivimos.

Actualmente algunas de las acciones de comunicación que se llevan a cabo para promocionar el turismo religioso son las siguientes:

Uso de redes sociales: Uno de los canales de comunicación que más repercusión tiene son las redes sociales. Los eventos de turismo religioso se promocionan en plataformas como Instagram, Twitter, Facebook, Tik tok, etc.

Promoción en medios especializados: Artículos y anuncios en sitios especializados como revistas o sitios web de turismo religioso. En estos medios especializados la comunicación se centra en las personas que están interesadas en el turismo religioso y no en captar “nuevos clientes”.

Desarrollo de contenido: Esta acción trata de la creación de vídeos, blogs o podcast donde se cuentan las experiencias vividas en el viaje de turismo religioso realizado. Esta acción tiene relación con la promoción en redes sociales ya que después estas creaciones se publican en ellas.

Ferias y eventos: Existen ferias y eventos donde se promociona el turismo religioso. Por ejemplo, durante Fitur (Feria Internacional del Turismo) del 2024 que se celebró entre el 24 al 28 de enero, la banda El Rosario de Cádiz tocó por las calles de Madrid para promocionar la Semana Santa de Andalucía e incentivar el turismo allí (Mora, M., 2024).

Presencia en medios de comunicación: Se hacen entrevistas o reportajes en medios de comunicación como la televisión o la radio para promover los eventos o destinos de turismo religioso.

Desarrollo de material promocional: Se crea material como folletos, carteles, guías y otros materiales impresos para la promoción del turismo religioso. Este es el ejemplo del cartel promocional de la Semana Santa que se realiza en muchas ciudades para promocionar el evento de la ciudad en cuestión.

#### 2.4. *IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO RELIGIOSO*

El impacto económico que genera el turismo religioso en el mundo es muy grande, al año se producen movimientos de unos 300 millones de personas con motivos de turismo religioso según las estimaciones de la Organización Mundial del Turismo.

En cuanto a España, el turismo religioso se estima que se producen movimientos de unos 3 millones de personas (Porrás, C., 2022).

Los movimientos turísticos destinados a conocer los casi 3.500 bienes inmuebles de interés turístico religioso que tenemos en el país (18 declarados Patrimonio de la Humanidad) generan unos 22.700 millones de euros anuales que supone el 2,17% del PIB español. Además, se crean unos 225.000 empleos (Cabrera, M., 2023).

En estos inmuebles, además del templo en sí, se pueden observar obras de carácter pictórico, de arquitectura y exposiciones que reflejan la significativa influencia cultural de la Iglesia en España.

Las fiestas con carácter religioso, por su parte, generan unos 15.000 millones de euros que supone un 0,95% del PIB y crea unos 134.000 empleos (Cabrera, M., 2023).

Algunas de estas fiestas pueden ser la Semana Santa, el Corpus, romerías y otras fiestas de carácter religioso.

En España tenemos 40 celebraciones que son interés turístico internacional, estas fiestas consiguen convocar a unos 600.000 viajeros anuales (Cabrera, M., 2023).

### 3. MANIFESTACIONES RELIGIOSAS

Las peregrinaciones y la Semana Santa son algunas de las actividades religiosas más destacables en España y que mayor impacto tienen, en cuanto a su poder de atracción de turistas como en cuanto al impacto económico.

### 3.1. PEREGRINACIONES

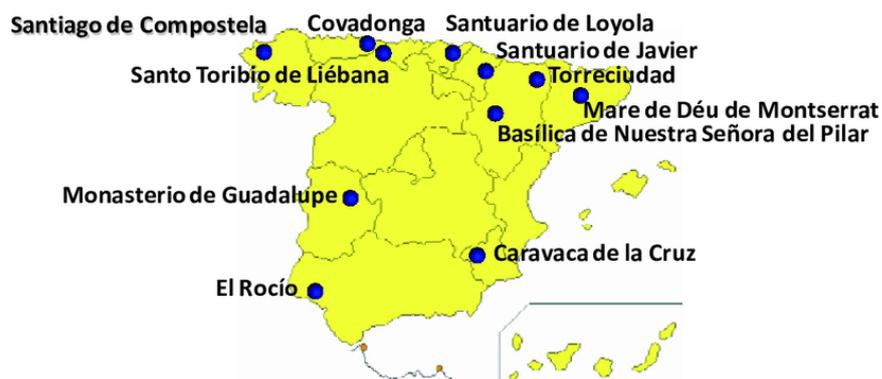
Una peregrinación es un viaje que se hace desde cualquier sitio hasta un lugar sagrado para honrar a la religión en la que cree la persona que realiza la peregrinación. Además, también se hace como acto de sacrificio ya que el viaje es largo y duro, y de esta manera se honra a los dioses (Bembibre, C., 2009).

Las peregrinaciones cristianas comenzaron cuando nació el cristianismo y se descubrieron cuáles fueron los lugares sagrados que tienen relación con Jesucristo. En ese momento comenzaron las peregrinaciones a algunos sitios como Jerusalén, Nazaret y Belén, tal y como se ha comentado en el apartado anterior del presente trabajo.

Tiempo después se encontraron las reliquias de San Pedro y San Pablo en Roma y comenzaron las peregrinaciones allí convirtiéndose en el destino de peregrinación más popular (Fundación CARF, 2023).

A continuación, vamos a centrarnos en las peregrinaciones que se realizan en España. La Ilustración 1 muestra los principales destinos de peregrinación con los que cuenta España.

*Ilustración 1 Principales destinos de peregrinación en España*



(Research Gate, 2017)

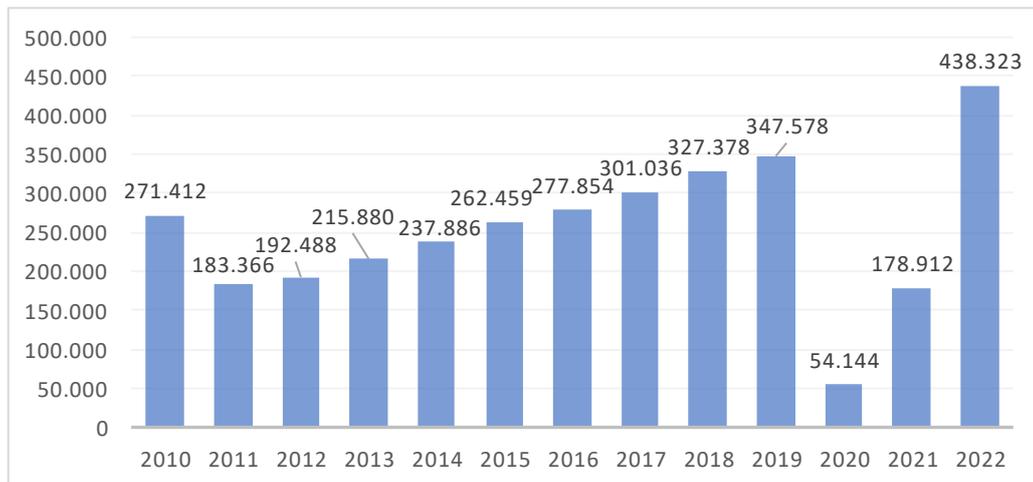
Vamos a enfocarnos en el Camino de Santiago por ser la peregrinación más importante que hay en España. Que sea la peregrinación más importante de España se debe a que es la más se ha realizado a lo largo de los años y la más antigua del país.

El origen de esta peregrinación data en la Edad Media cuando se descubre la tumba del apóstol Santiago que viajó hasta nuestro país a expandir la religión. A raíz del

descubrimiento de la tumba comenzaron masivamente las peregrinaciones para visitar la tumba del apóstol.

Esta peregrinación está compuesta de tres rutas principales que han sido declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, y estas rutas son el camino Norte, Frances y Primitivo (Kliwadenko, K., 2017).

Gráfica 1 Evolución anual del número de peregrinos que realizaron el Camino de Santiago 2010 - 2022



Fuente: Elaboración propia a través de datos recabados en (Stadista, 2024)

La gráfica 2 muestra la evolución anual del número de peregrinos que realizaron el Camino de Santiago entre el 2010 y el 2022. La peregrinación del Camino de Santiago ha mostrado una clara evolución de peregrinos a lo largo de los años exceptuando los años de Covid (2020-2021).

El punto mínimo se observa en 2020 con sólo 54.144 peregrinos que realizaron el Camino de Santiago. Esto se debe a la crisis del Covid-19 que debido a el periodo de confinamiento y posteriores restricciones muchos peregrinos no pudieron realizar el Camino.

El punto máximo se encuentra en el 2022 con 438.323 peregrinos que realizaron el camino. Esto se debe a que el 2021 fue un Año Jacobeo pero debido a las restricciones del Covid el Papa tomó la decisión de prolongar el Año Jacobeo al 2022 y se superó el récord de peregrinos respecto a los demás años.

Un Año Santo Jacobeo se da los años que el 25 de julio, que es la fiesta del martirio del Apóstol Santiago, coincide con que es domingo. Se dice que durante esos años las personas creyentes pueden obtener la indulgencia plena y quedar absueltos de todos los

pecados que hayan cometido, por eso durante esos años la afluencia de peregrinos al Camino de Santiago incrementa (Albergues del Camino de Santiago, 2022).

El año 2010 también fue un Año Jacobeo y destaca en la gráfica respecto a los años contiguos con 271.412 peregrinos.

Por último, el Camino de Santiago no ha sido sólo una peregrinación religiosa, además ha conseguido que por medio de cambiar pensamientos e ideas se ha conseguido desarrollar la identidad de Europa, la comunicación y algunos proyectos (Kliwadenko, K., 2017).

### 3.2. SEMANA SANTA

La Semana Santa es un acto religioso que celebran los cristianos que dura ocho días, comienza el Domingo de Ramos con la llegada de Jesucristo a Jerusalén, y termina con el Domingo de Resurrección, representando la última semana de la Cuaresma.

Durante esta semana las personas que la practican se dedican a la oración y reflexión de cómo Jesucristo sacrificó su vida tomando él el castigo para salvar a la humanidad del pecado. Asimismo, en agradecimiento, algunos practicantes realizan penitencias como cargas de pasos en representación del sacrificio.

Algunos de los días más importantes de la Semana Santa son el Triduo Pascual que se compone de Jueves Santo, Viernes Santo y Sábado Santo, y el Domingo de Resurrección donde se recuerda la pasión, muerte y resurrección de Jesucristo (Significados, Equipo, 2024).

El origen de la Semana Santa se remonta al año 325 cuando el Concilio de Nicea estableció el día en el que se iba a celebrar la Pascua. A partir de ese punto cada país fue creando su Semana Santa a partir de un conjunto de celebraciones.

La primera Semana Santa fue celebrada por judíos. Después, en el siglo IV, los siguientes en celebrar la Semana Santa fueron los romanos cristianizados (Figueras, G., 2022).

Las primeras manifestaciones de la Semana Santa sólo se podían realizar de manera clandestina y consistían en el traslado de los restos de los mártires y de reliquias por medio de una peregrinación. Pero no es hasta los siglos X y XI cuando la Semana Santa comienza a realizarse públicamente.

Las celebraciones de Semana Santa se fueron expandiendo por todo el mundo y modelando, dependiendo el país en el que se celebre y además, se fue mezclando con

tradiciones paganas (ABC sociedad, 2024). En la actualidad los países que siguen celebrando la Semana Santa festividad son: España, Italia, Alemania, Finlandia, Francia, México, Israel, Filipinas y Guatemala, siguiendo a (Fiatc Seguros, 2023).

En el caso concreto de España, la Semana Santa nace en la Edad Media. Las primeras manifestaciones de esta celebración se dan cuando se hacían autos de la Pasión de Cristo en iglesias durante los siglos XVI y XVIII hasta que en 1765 fueron prohibidos. Los autos de Pasión es una escenificación teatral de carácter religioso. Después se comienza a sustituir a los actores de las escenificaciones por los pasos que hoy en día conocemos.

El comienzo de las procesiones nace en el siglo XVI pero hasta el siglo XVII no se asentaron oficialmente. Las procesiones se basaban en lo que hacían los peregrinos durante su peregrinación a la vía Santa o Dolorosa de Jerusalén, que era acompañar a Cristo mientras llevaba la cruz, y este es el motivo del nacimiento de las procesiones. Durante esta época existían penitentes que se flagelaban durante las procesiones, pero el rey Carlos III prohibió estos actos.

En el siglo XIX, finalmente, se realizó un cambio en las procesiones y se incluyeron otros componentes como son las bandas de música de Semana Santa. Estas procesiones ya tenían las características de las que hoy en día conocemos (Calvo, B., 2023).

### 3.2.1. IMPACTO ECONÓMICO DE LA SEMANA SANTA

La Semana Santa es uno de los eventos que más movimientos y dinero generan dentro del sector turístico en España. A continuación, se van a dar datos aproximados del flujo de dinero y la aportación al PIB que genera la Semana Santa en España.

En 2019, último año que se pudo desarrollar la Semana Santa con normalidad antes de la crisis del covid, la Semana Santa generó 12.475 millones de euros que representan un 0.97% del PIB español. Unos 7.000 millones fueron generados por turistas internacionales y 5.000 millones, aproximadamente, fueron generados por turistas nacionales (Mesones, J. y Gómez, L., 2022).

Debido a la crisis del covid, durante los años 2020 y 2021 no se pudo celebrar la Semana Santa con normalidad y hubo una caída absoluta de las cifras. Esto supuso una pérdida importantísima de dinamismo económico que genera este sector.

En 2022 la actividad de la Semana Santa volvió a recuperarse con pequeñas restricciones, generándose 11.281 millones de euros que representan un 0,82% del PIB,

una pérdida de un 9,6% respecto del último año sin covid, el 2019 (Mesones, J. y Gómez, L., 2022).

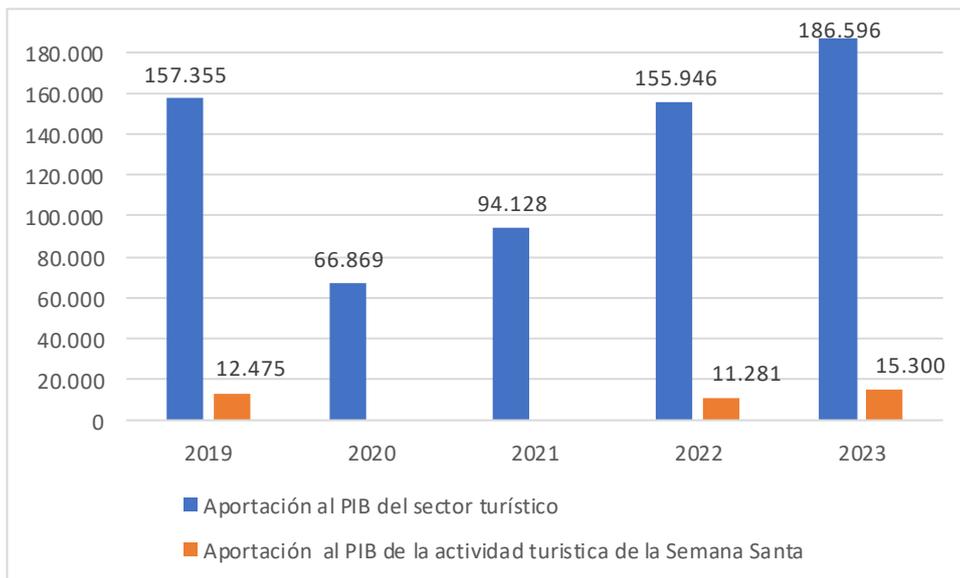
En 2023 se recupera completamente de los años de crisis con una generación de 15.300 millones de euros. Unos 8.480 millones fueron generados por turistas internacionales y 6.820 millones de euros por nacionales.

El 2023 ha sido un año récord de la generación de capital por parte de la Semana Santa, pero se pronostica que esta cifra haya sido superada en el 2024 con unos 19.000 millones de euros, 3.700 millones más que el año anterior (Álvarez, J., 2024).

A continuación, vamos a mostrar datos de la aportación al PIB por parte del sector turístico y por parte de la actividad turística concreta de la Semana Santa a lo largo de los años para ilustrar la importancia de esta actividad dentro del sector.

La Gráfica 2 muestra la evolución de la aportación anual al PIB por parte del sector turístico y de la actividad turística de la Semana Santa, entre los años 2019 al 2023 representado en millones de euros.

*Gráfica 2 Evolución de la aportación al PIB por parte del sector turístico y de la actividad turística de la Semana Santa (millones de euros)*



*Fuente: Elaboración propia a través de datos recabados en (INE, Exceltur y El Economista, 2024)*

En la gráfica se observan los datos acerca de la aportación al PIB que genera la Semana Santa y el sector turístico, en su conjunto. Aunque no parezca muy significativo visualmente hay que tener en cuenta que la aportación al PIB del sector turístico se genera en la totalidad del año y la aportación de la Semana Santa es generada en unos 8 días.

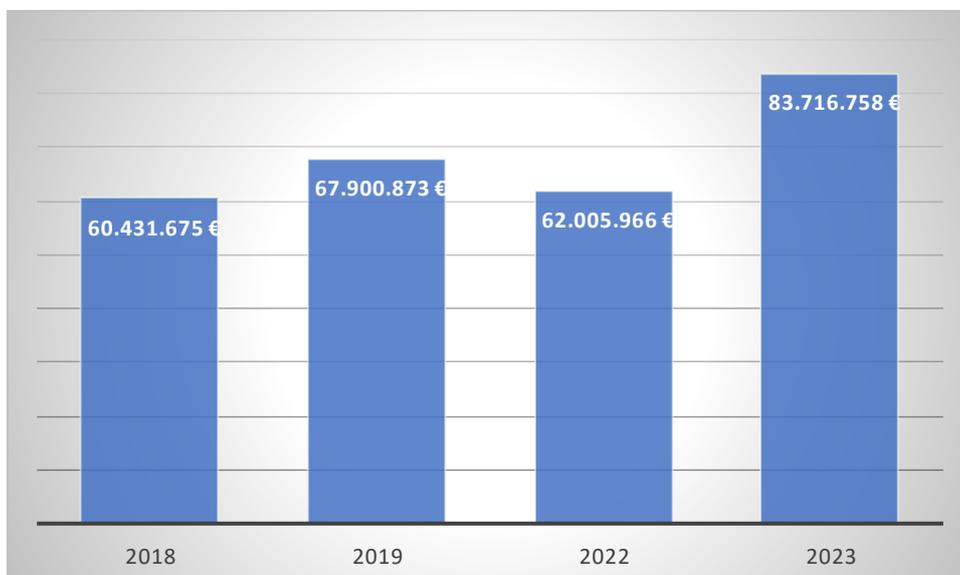
Teniendo en cuenta ese factor, la Semana Santa es una de las actividades turísticas que más dinero mueve en España y que más relevancia tiene.

La comunidad autónoma que más dinero genera durante la Semana Santa es Andalucía, con un impacto de unos 477 millones de euros en el 2023, que se ha incrementado en el 2024 con 478 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 18% (Junta de Andalucía, 2024). Otras de las comunidades autónomas que generan mucho dinero durante la Semana Santa son Castilla - La Mancha, con una aportación de 181 millones de euros en el 2023 (Gobierno de Castilla - La Mancha, 2024), Murcia con una aportación de 110 millones de euros en el 2023 (Sánchez, M. y González, A., 2024), y Castilla y León de la que hablaremos a fondo a continuación con una aportación de 84 millones de euros en el 2023 (Junta de Castilla y León, 2023).

A continuación, vamos a centrarnos en el impacto que tiene la Semana Santa en Castilla y León, así como en la evolución que ha seguido en los últimos años.

La gráfica 3 muestra la evolución del impacto económico que ha tenido la Semana Santa de Castilla y León en los años comprendidos entre 2018 y 2023. Los años 2020 y 2021 no aparecen en la gráfica debido a que por la crisis del covid en el año 2020 no se pudo celebrar la Semana Santa, y en el 2021 no se pudo celebrar con normalidad y fueron muy pocos los actos que se pudieron llevar a cabo. Por este motivo no se han considerado y sólo se muestran los años relevantes en los que la actividad de la Semana Santa se ha podido llevar con total normalidad.

Gráfica 3 Evolución del impacto económico de Castilla y León



Fuente: Elaboración propia a través de datos recabados en (Junta de Castilla y León, 2023)

La Semana Santa de Castilla y León generó 83.716.758€ en el 2023. Esto supuso un crecimiento del 35% respecto del año anterior, cuando se generaron 62.005.966€, y un crecimiento del 23% respecto del año 2019 cuando se generaron 67.900.873€.

Como hemos visto anteriormente en el impacto económico que tiene la Semana Santa en general, podemos ver que el año 2023 experimenta un año récord en cuanto a la generación de dinero y los movimientos de turista, y también lo experimenta Castilla y León. Las causas de este crecimiento del impacto económico se deben a tres factores. En primer lugar, se debió a un crecimiento de las pernoctaciones. Las pernoctaciones de los turistas que estuvieron los 10 días que dura la Semana Santa aumentaron en un 4,09%. Y las pernoctaciones de los turistas que estuvieron 3 días (jueves santo, viernes santo y sábado santo) aumentaron en un 4,45%. Dentro de la causa del aumento de las pernoctaciones destaca el incremento de las pernoctaciones de turistas extranjeros. Este aumento ha sido del 11,25% respecto del año anterior. Más concretamente, las pernoctaciones de los turistas extranjeros que estuvieron 10 días aumentaron de 525.209 a 546.674 turistas. Y las pernoctaciones de los turistas extranjeros que estuvieron 3 días (jueves santo, viernes santo y sábado santo) pasaron de 244.956 a 255.864 turistas. Otro motivo del incremento del impacto económico de la Semana Santa de Castilla y León ha sido el aumento de los turistas excursionistas. Se define como turista excursionista a la persona que viaja y no se registra en una habitación para hacer pernoctaciones. Los turistas excursionistas que pasaron los 10 días de la Semana Santa aumentaron en un 6,09% respecto del año anterior. Y los turistas excursionistas que estuvieron 3 días (jueves santo, viernes santo y sábado santo) incrementaron en un 6,6%. La última causa del incremento del impacto se debe a que hay un gasto medio diario más grande que en el año anterior. Este gasto pasó de 65,33€ a 71,95€ por persona (Junta de Castilla y León, 2023).

#### 4. EL IMPACTO DE LA SEMANA SANTA DE VALLADOLID

La Semana Santa de Valladolid está declarada como fiesta de Interés Turístico Internacional debido a alto grado de valor cultural que representa y su importante atractivo turístico.

La Semana Santa de Valladolid tiene origen durante el siglo XV con las primeras procesiones, pero es durante el siglo XVIII donde la Semana Santa de Valladolid coge fuerza y es la época de mayor riqueza escultórica. Durante esa época sólo existían 5 cofradías que procesionaban (Pasión, Angustias, Vera-Cruz, Nazarenos y Piedad), cofradías fundadas en el siglo XVI, y alguna en el XV.

Antes de que el arzobispo Gandásegui impulsase el cambio de la Semana Santa de Valladolid, cada cofradía tenía su propia procesión y no acudía a las demás. Asimismo, se repartían los diferentes días y horarios para que las procesiones no coincidiesen.

En el transcurso del siglo XIX disminuye la influencia de las cofradías hasta el punto de casi extinguirse.

La Semana Santa que actualmente conocemos no surgió hasta el año 1923 cuando el arzobispo Gandásegui fomenta la recuperación de pasos, su restauración y se fundan nuevas cofradías para esos pasos recuperados.

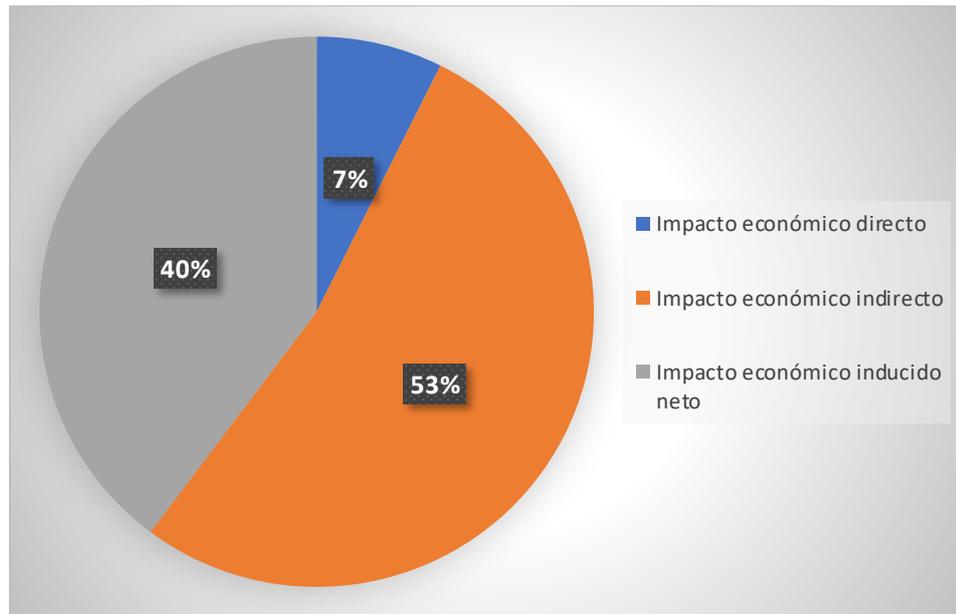
Actualmente la Semana Santa de Valladolid se compone de 20 cofradías con unos 11.700 cofrades que procesionan con sus pasos entre el viernes de dolores y el domingo de resurrección. Además, estas cofradías realizan otros actos a lo largo del año (Junta de Cofradías de Semana Santa de Valladolid, 2022). En el Anexo I se presenta una descripción de cada una de las cofradías, explicando su origen, el año de su fundación, el número de cofrades, y los pasos con los que cuenta cada cofradía.

#### 4.1. *IMPACTO ECONÓMICO: DIRECTO, INDIRECTO E INDUCIDO*

Anteriormente hemos hablado del impacto económico que genera la Semana Santa en Castilla y León. Ahora vamos a centrarnos en Valladolid, ya que es la ciudad de la que trata el estudio.

La Gráfica 4 representa impacto económico que tiene la Semana Santa de Valladolid, desglosado por impacto económico directo, indirecto e inducido neto.

Gráfica 4 Impacto económico desglosado en directo, indirecto e inducido neto



Fuente: Elaboración propia a través de datos recabados en (Tribuna Valladolid, 2024)

La tabla muestra todas las cifras del gasto desglosado que se hace durante la Semana Santa de Valladolid de las que vamos a hablar a continuación.

De los 83.716.758€ que genera Castilla y León, Valladolid generó unos 21.069.021,32€, lo cual representa el 25,2%. Esta cifra es la más alta de todas las ciudades.

El retorno que se produce por cada euro que se invierte es de 14,18€; casi 15 veces más.

Existen tres tipos de impactos económicos, el impacto económico directo, el indirecto y el inducido neto. El impacto económico directo es el que surge de los gastos que vienen del montaje en sí de la Semana Santa y de su puesta en escena. Este gasto supone unos 1.480.000€ donde 85.000€ (5,74%) lo aporta el Ayuntamiento de Valladolid y 1.395.000€ (94,26%) lo aportan las cofradías de Valladolid.

Por otra parte, está el impacto económico indirecto que es el que surge del gasto que hacen las personas que forman parte de ella y las que disfrutan de las procesiones y actos. Este impacto supone unos 10.600.000€. Este gasto lo efectúan visitantes, habitantes de Valladolid y cofrades. De los 10.600.000€ de impacto indirecto, 7.198.800€ (67,8%) lo aportan las personas que viven en la ciudad, 2.607.600€ (24,6%) proviene de las personas que visitan la ciudad en Semana Santa y, por último, 785.400€ (7,4%) lo aportan los cofrades.

El gasto medio de los visitantes de la Semana Santa de Valladolid fue de unos 344€, que en el caso de los turistas que pasaron algunos días en hoteles ascendió a unos 474€. Estos turistas tuvieron una estancia media de 3 días por persona, y solo el 5,5% de los turistas estuvo los 10 días que dura la Semana Santa.

Por último, está el impacto económico inducido neto que es el que surge como consecuencia de la Semana Santa en la economía de la ciudad, como podría ser en sectores como la hostelería, restauración, transporte, etc.

Este impacto supone unos 8.000.000€. De ese impacto económico, 3.280.000€ (41%) pertenece al gasto que se hace en comer y beber, 2.080.000€ (26%) se debe al gasto de las pernoctaciones, 1.120.000€ (14%) viene de las compras que se realizan, y 336.000€ (4,2%) vienen del gasto que se realiza en productos vinculados a la Semana Santa (Pasalodos, R., 2024).

Tabla 1 Cifras del impacto económico directo, indirecto e inducido de la Semana Santa de Valladolid

Impacto económico directo	Impacto económico indirecto	Impacto económico inducido neto
1.480.000€	10.600.000€	8.000.000€
<b>Ayuntamiento de Valladolid</b>	<b>Residentes</b>	<b>Comer y beber</b>
85.000€	7.198.800€	3.280.000€
<b>Cofradías</b>	<b>Visitantes</b>	<b>Alojamiento</b>
1.395.000€	2.607.600€	2.080.000€
	<b>Cofrades</b>	<b>Compras</b>
	785.400€	1.120.000€
		<b>Artículos de Semana Santa</b>
		336.000€

Fuente: Elaboración propia a través de datos recabados en (Tribuna Valladolid, 2024)

## 4.2. GASTO PÚBLICO

En primer lugar, el gasto público es el dinero que un sector público (administración pública, educación pública, cultura y recreación pública, etc.) se gasta para la realización de determinadas acciones.

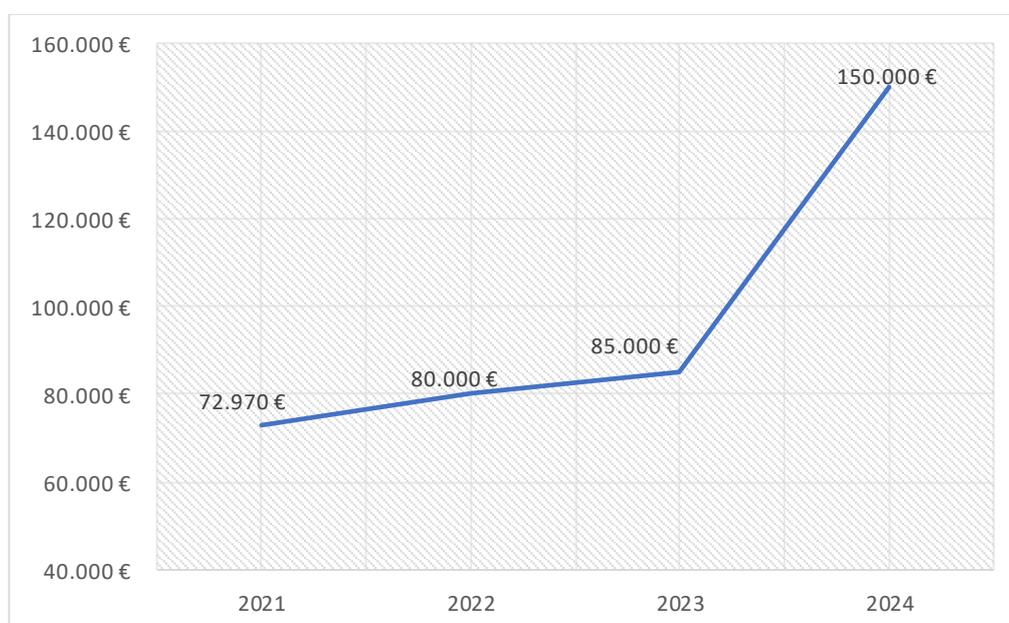
Los sectores públicos tienen una serie de objetivos como podrían ser disminuir la desigualdad, suplir necesidades de las personas o repartir el patrimonio monetario (López, F., 2019).

En primer lugar vamos a hablar del gasto público destinado por parte de los ayuntamientos de cada ciudad de Castilla y León, centrándonos primero en Valladolid por ser el lugar de estudio. Después hablaremos de otra financiación pública destinada por otros organismos.

El gasto público destinado a la Semana Santa de Valladolid por parte del ayuntamiento en el año 2024 ha sido 150.000€. Por una parte, 100.000€ han sido destinados a la Junta de Cofradías de Valladolid y 50.000€ de una subvención han sido destinados para la mejora de las gradas y mobiliario necesario para la actividad de la Semana Santa (Newtral, 2024).

A continuación, vamos a ver la evolución por años del presupuesto que se ha destinado a la Semana Santa de Valladolid por parte del ayuntamiento.

Gráfica 5 Evolución del gasto público destinado a la Semana Santa de Valladolid 2021-2024



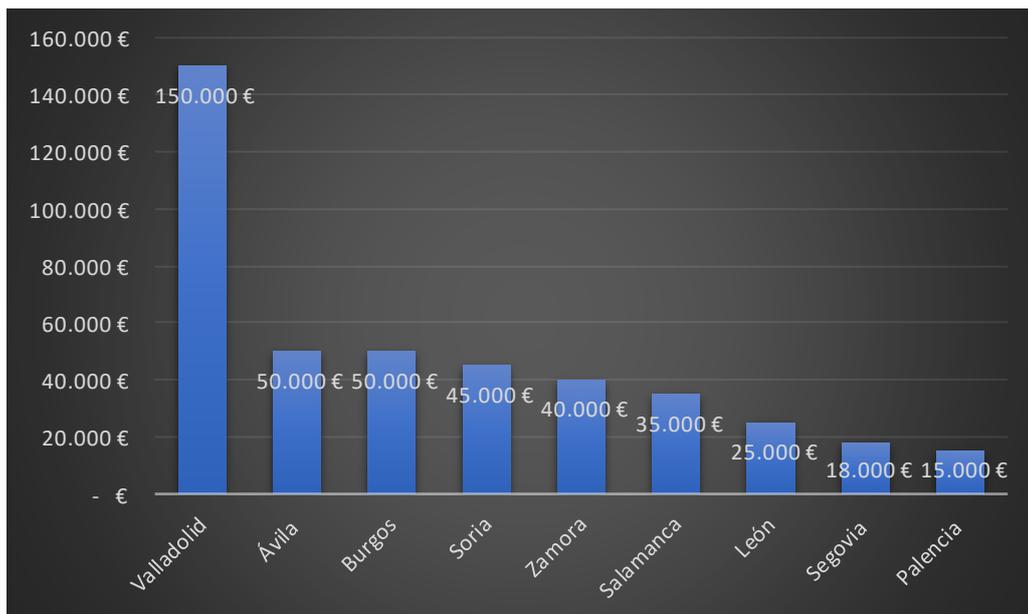
Fuente: Elaboración propia a través de datos recabados en (Ayuntamiento de Valladolid, 2023)

La gráfica 5 muestra la evolución que ha tenido el presupuesto destinado a la Semana Santa de Valladolid desde el 2021 al 2024.

El presupuesto del 2024 es el más alto de los últimos años. La enorme crecida del presupuesto respecto del año 2023 ha sido de 65.000€ más, esto es una cifra muy alta teniendo en cuenta que la media de los presupuestos de los años 2021, 2022 y 2023 es de 79.323€. El motivo de este gran aumento del presupuesto se debe a los objetivos de potenciar y preservar la tradición de la ciudad, mejorar las manifestaciones de carácter artístico, turístico y cultural de esta Semana Santa y, además, potenciar el turismo internacional que en los últimos años se había perdido. También quieren que aumente la cantidad de turistas en la ciudad con la Semana Santa para que de forma indirecta se mejore y aumente la economía de la ciudad (Europa Press, 2024).

En Castilla y León se han destinado unos 450.000€ a la Semana Santa por parte de los ayuntamientos de cada ciudad, siendo el presupuesto destinado en el más elevado de la comunidad. A continuación, vamos a ver la comparativa del gasto público destinado por parte de los ayuntamientos de la Semana Santa entre las distintas ciudades de Castilla y León.

Gráfica 6 Gasto público destinado a la Semana Santa de las ciudades de Castilla y León

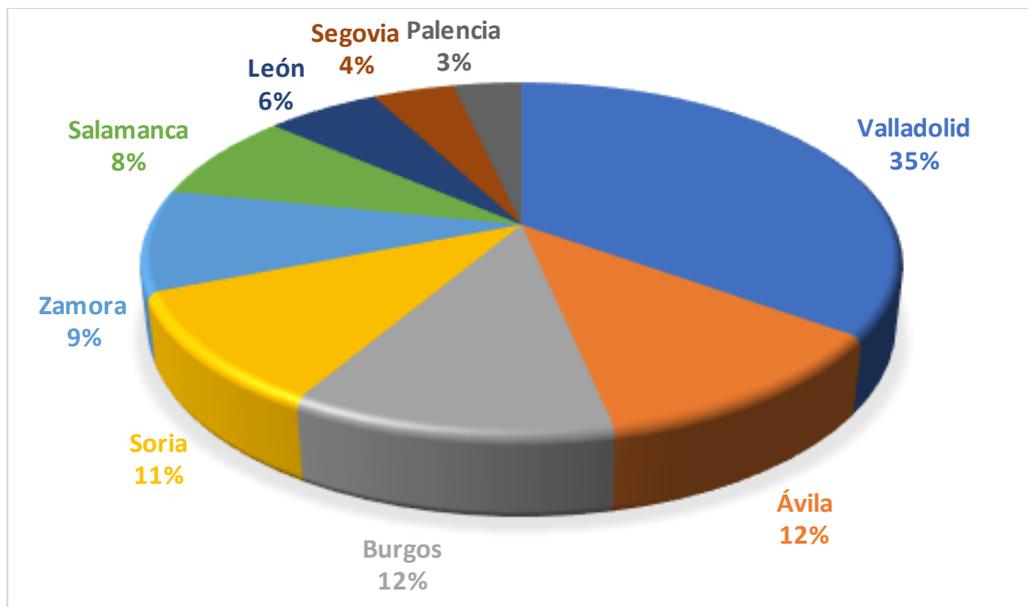


Fuente: Elaboración propia a través de datos recabados en (Neutral, Europa Press, Cadena Ser, El Español, El Correo de Burgos y El Adelantado de Segovia, 2024)

Las gráficas 6 y 7 muestran el gasto público que se ha destinado para las diferentes Semanas Santas de Castilla y León en el 2024 por parte de los ayuntamientos de cada ciudad.

A partir de las gráficas se puede observar cómo Valladolid es la ciudad con el mayor gasto público en la Semana Santa. Esto se debe en parte a que Valladolid es la ciudad con el mayor impacto económico de Castilla y León; en cuanto a la aportación de la Semana Santa. Pero también son factores que están interrelacionados ya que, al destinar más dinero, se producen mejoras en el desarrollo de la Semana Santa, por lo tanto, se entiende que, al destinar más dinero público a este evento, se produce más dinero y más impacto económico. Pero, este no es el único factor de porque la Semana Santa de una ciudad destaca económicamente respecto de otra.

*Gráfica 7 Gasto público destinado a la Semana Santa de las ciudades de Castilla y León expresado en porcentajes*



*Fuente: Elaboración propia a través de datos recabados en (Neutral, Europa Press, Cadena Ser, El Español, El Correo de Burgos y El Adelantado de Segovia, 2024)*

El dinero que se destina a la Semana Santa de Valladolid representa un 35% del dinero que se aporta en total a la Semana Santa de las 9 ciudades de Castilla y León.

La ciudad con el gasto público más bajo para la Semana Santa es Palencia con sólo 15.000€ (Radio Palencia, 2024). Esta cifra representa el 3% del gasto público destinado a la Semana Santa de las 9 ciudades de Castilla y León.

Por otra parte, el caso de Soria es interesante ya que en el 2024 el gasto público que se destinó para la Semana Santa fue de 45.000€ pero en el año anterior fue de 4.000€. Una subida muy importante del presupuesto que se debe a que tienen como objetivo conseguir declarar a la Semana Santa de Soria como Fiesta de Interés Turístico Nacional (Europa Press, 2024).

Además del gasto público que se destina por parte de los ayuntamientos de cada ciudad, existe una subvención que se destina a las juntas de cofradías de la Semana Santa de Castilla y León de las localidades que tengan declaración de fiesta de interés turístico internacional, nacional o regional.

Las localidades como de Valladolid como Medina del Campo, Medina de Rioseco, Tordesillas y Peñafiel se financian con dinero público gracias a esta subvención.

Esta subvención la autoriza el consejo de Gobierno y se conceden a través de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte. Esta subvención ha sido de 320.311€ en 2024 y los beneficiarios de la subvención, así como el importe de la misma, se encuentran recogidos en el anexo II.

En total el gasto público destinado a la Semana Santa de Valladolid es de unos 166.645€ contando con las dos fuentes de financiación.

#### 4.3. CREACIÓN DE EMPLEO

La Semana Santa es un motor de la creación de empleo. Durante la Semana Santa se necesitan más trabajadores para cubrir ciertos servicios y, es por ello, que disminuye el desempleo.

El sector que más empleo demanda durante la Semana Santa es el sector hostelero, seguido de la logística y transporte, alimentación y *call center*.

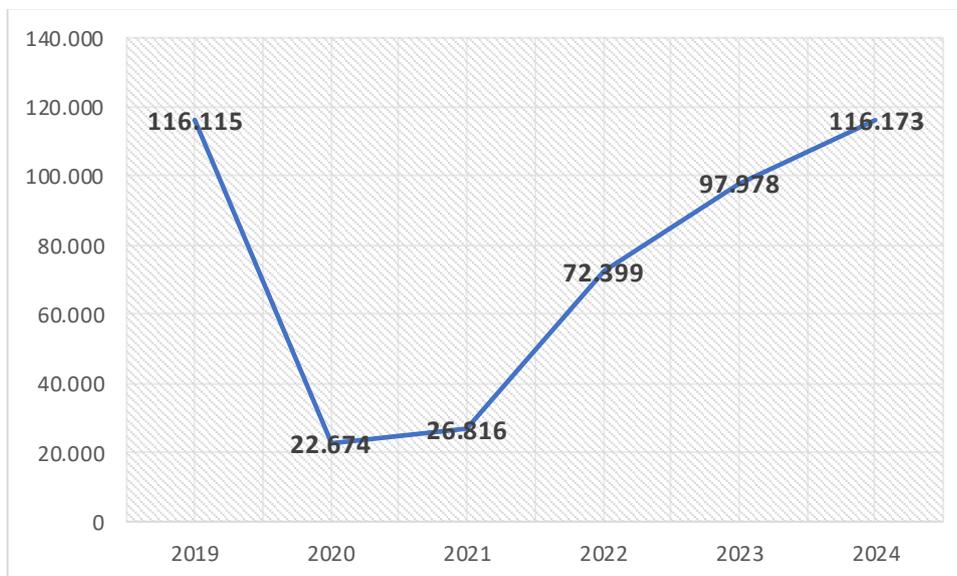
Dentro del sector de la hostelería, los perfiles más demandados son los camareros, cocineros, ayudantes de cocina y camareros de pisos.

En cuanto a la logística y el transporte, para los aeropuertos se demandan azafatos, vendedores y comerciales. También dentro de la logística y el transporte se demandan mozos de almacén, carretilleros, personas encargadas de preparar pedidos y auxiliares administrativos.

En el sector de la alimentación se buscan dependientes y cajeros.

Y por último, en *call centers* demandan teleoperadores, gestores de cobros y comerciales (Civieta, 2024).

Gráfica 8 Creación de puestos de trabajo en España durante la Semana Santa



Fuente: Elaboración propia a través de datos recabados en (Ranstad, 2024)

La gráfica 8 muestra los nuevos puestos que se generan en España durante la Semana Santa. El dato de 2024 es una estimación de lo que se cree que se ha generado, no siendo un dato consolidado.

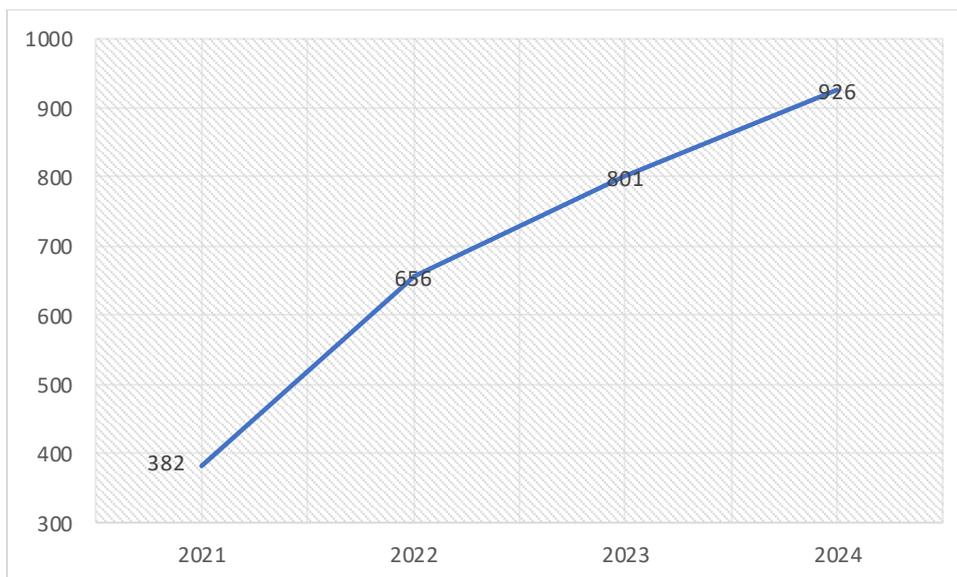
La evolución de los nuevos contratos durante la Semana Santa está volviendo a las cifras que se mostraban antes de la pandemia, y se cree que va a seguir aumentando para los siguientes años debido, fundamentalmente, al aumento de la generación del PIB por parte de la Semana Santa que se está experimentando (Ranstad, 2024).

En cuanto a la ciudad de Valladolid, en 2024 se han creado 926 puestos de trabajo, un 15.6% más respecto del año 2023, cuando se crearon 801 puestos. Las previsiones para el 2024 habían sido de 890 puestos nuevos y se han superado.

Las cifras, al igual que en el resto de España, están volviendo a los datos que se mostraban antes de la pandemia y también tienen previsión de mejorar los siguientes años (Pasalodos, R., 2024).

A continuación se mostrará la evolución de la contratación durante la Semana Santa de Valladolid entre los años 2021 y 2024.

Gráfica 9 Creación de puestos de trabajo en Valladolid durante la Semana Santa



Fuente: Elaboración propia a través de datos recabados en (Ranstad, 2024)

La gráfica 9 muestra la evolución de la creación de puestos de trabajo entre los años 2021 y 2024. Se prevé que en el año 2025 crezca aún más la cifra superando la de los años anteriores.

#### 4.4. ESTIMACIÓN DE PRESUPUESTO DE LAS COFRADÍAS Y HERMANDADES

##### 4.4.1. FUENTES DE INGRESOS

Las cofradías y hermandades necesitan ingresos para llevar a cabo su actividad a lo largo de todo el año. A continuación vamos a detallar cuales son las fuentes de financiación de una cofradía o hermandad.

**Cuotas.** Es la principal fuente de ingresos que tiene una cofradía. Las cuotas que pagan los cofrades suelen ser anuales, pero pueden ser también trimestrales o semestrales. Esta oscila entre los 30 y 60 euros al año dependiendo de la cofradía. Estas aportaciones son esenciales para que la cofradía pueda sostenerse y funcionar de una manera correcta. Por ejemplo, supongamos el caso de una cofradía de 500 componentes con una cuota de 30€ anuales. En este caso entrarían 15.000€ anuales de ingresos de las cuotas.

*Subvenciones.* Éstas se pueden obtener de las instituciones públicas. Generalmente estas subvenciones las suelen obtener las juntas de cofradías <sup>1</sup>y no una cofradía en particular.

*Hábitos.* Para realizar un hábito de Semana Santa se necesita comprar la tela. La tela de un hábito la vende cada cofradía y esta compra aporta ciertos beneficios a la misma.

*Banco de hábitos.* Los bancos de hábitos sirven para que, aquellos cofrades que aún no han mandado hacer su hábito, que puedan alquilarlo a cambio de una cantidad monetaria. No todas las cofradías tienen banco de hábitos, pero las que los tienen cobran unos 30 o 40 euros por año al cofrade que quiera alquilar un hábito.

*Medallas.* Las medallas que llevan los cofrades las tienen que comprar cuando se inician en la cofradía. Esta medalla cuesta unos 50€ para el cofrade y también aporta algunos beneficios a la cofradía.

*Donativos.* No sólo se pueden hacer pagando con dinero en metálico en la sede de una cofradía, actualmente se pueden realizar donativos con una cuenta bancaria haciendo una transferencia o realizando un *bizum*.

*Mercaderías y mesas petitorias.* En otras palabras, la venta de *merchandising* de la cofradía. Pueden ser rosarios, llaveros, figuras, baberos, estampas, muñecos de goma Eva con el traje de la cofradía, y todos los demás productos que se le haya ocurrido hacer a la cofradía.

*Lotería.* La venta de lotería de navidad también es una fuente de ingresos para las cofradías.

A continuación, se va a mostrar una tabla con los ingresos que podría tener una cofradía en Valladolid. Los datos que se van a mostrar no son reales, son una estimación representativa de una cofradía de 500 miembros, que es el número medio de miembros de las cofradías de Valladolid. Los ingresos de una cofradía dependen del número de cofrades, de cuánto dinero sea la cuota, de cuánto dinero sea alquilar un hábito, de lo que cobren por una medalla y otros factores. Por eso, esta tabla es una estimación de una cofradía que tenga 500 cofrades, que cobren 30€ de cuotas, que cobren 30€ de alquiler de hábito, y el resto de los datos son estimados.

---

<sup>1</sup> Es una institución de carácter público que se encarga de la coordinación de las cofradías y de todos los actos de la Semana Santa, además de la promoción y divulgación de esta.

Tabla 2 Fuentes de ingresos de las cofradías de la Semana Santa de Valladolid

INGRESOS	
Cuotas	15.000 €
Hábitos	3.300 €
Banco de hábitos	900 €
Medallas	1.300 €
Lotería	4.000 €
Mercaderías y mesas petitorias	4.400 €
Donativos	2.000 €
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>30.900 €</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.4.2. FUENTES DE GASTOS

Las cofradías son el sustento de la Semana Santa y tienen una serie de gastos para poder llevar a cabo la actividad. A continuación, vamos a enfocarnos en los gastos más destacables de una cofradía, aunque existen algunos más. Algunos de los datos numéricos de los gastos que tiene una cofradía de Valladolid son aproximados, ya que dependiendo de que cofradía hablemos, debido a la diferencia en el número de cofrades y el número de pasos con los que cuenta, van a ser diferentes.

*Flores.* Las flores son necesarias en la Semana Santa para adornar los pasos de las cofradías. Éstas se gastan 3.000€ de media en esta partida. Este gasto depende del número de pasos con el que cuenta la cofradía

*Cera.* El dinero que se destina a cera de las velas depende del número de cofrades y del número de pasos que tiene la cofradía, ya a que a más cofrades y más pasos se necesita más cera. Aproximadamente se destinan unos 2.500€ de media en esta partida.

*Papelería y correos.* Las cofradías envían todos los años a sus cofrades el boletín de la cofradía donde vienen las procesiones y actividades que se van a realizar, además de otros datos relevantes de la cofradía. También, a lo largo del año, se envían otras cartas a los cofrades. Realizar los boletines y enviarlos, además de otras cartas tiene un coste de papelería y correos.

*Dominio web y teléfono.* Contar con una página web de la cofradía y una línea telefónica también supone un coste a la cofradía.

*Medallas.* Las medallas que compran los nuevos cofrades suponen un gasto para la cofradía, aunque después con ellas van a generar un ingreso.

*Telas.* Al igual que con las medallas, las telas van a suponer un gasto, pero después van a generar un ingreso con la compra por parte de los cofrades para realizar su hábito.

*Mercaderías.* Las mercaderías son el merchandising de la cofradía, de las que anteriormente se han enunciado en la partida de ingresos. Todos los productos que vende la cofradía tienen que comprarse para su posterior venta.

*Gastos bancarios.* Toda cofradía tiene una cuenta bancaria y ello requiere unos gastos anuales. Estos gastos rondan los 200€.

*Acompañamiento musical.* Uno de los mayores gastos que tiene una cofradía es el acompañamiento musical, que es el gasto destinado a la contratación de una banda de música que acompañe en las procesiones a la cofradía. Este gasto no le tiene todas las cofradías, ya que hay cofradías que ya cuentan con una banda de música entre las secciones de la misma y no necesitan contratar otra. Pero también hay cofradías que cuentan con banda que, además, contratan otro acompañamiento musical a mayores de su propia banda.

El gasto de la contratación de un acompañamiento musical oscila entre los 1.000€ y los 5.000€ de media, pero hay bandas que están por debajo de los 1.000€ y otras por encima de los 5.000€. El precio del acompañamiento musical depende de la demanda y del nivel musical que tenga.

*Tasa por estación de penitencia en la catedral de Valladolid.* Se cobra una tasa por la utilización de la catedral de Valladolid para la realización de cualquier acto de una cofradía. El importe de la tasa son 150€ por acto (La Vanguardia, 2015).

*Seguro en caso de lluvia.* Algunas cofradías pagan un seguro en caso de lluvia y no poder procesionar. Este seguro sirve para poder recuperar algunos gastos que se han realizado como pueden ser el gasto en flores, cera, etc. Este seguro tiene un precio a partir de 400€ y se contrata con una antelación mínima de 15 días previos a la Semana Santa.

Este seguro deja de cubrir a la cofradía en el momento que se decide salir en procesión a pesar del pronóstico de lluvia (García, E., 2023).

*Adquisiciones.* Las adquisiciones de patrimonio de la cofradía no son un gasto anual, como los anteriores de los que hemos hablado. Este gasto se realiza cuando la

cofradía quiere incorporar nuevas tallas a su patrimonio material y solo puede hacerlo en caso de que se lo pueda permitir económicamente.

Este tipo de gastos suponen una gran cantidad de dinero en comparación con los anteriores gastos.

La adquisición de una nueva imagen puede rondar entre los 100.000 y 300.000€, todo depende de la magnitud de la pieza y del orfebre que lo realice.

*Reparaciones y mantenimiento.* Estos gastos tampoco son anuales. Se realizan en relación con cómo se encuentre el patrimonio físico de la cofradía. El gasto depende de la reparación de la que se trate.

A continuación, igual que con los ingresos, se va a mostrar una tabla de la partida de gastos que puede tener una cofradía. Los datos no son reales sino una representación ficticia de lo que podría ser una partida de gastos de una cofradía de Valladolid.

*Tabla 2 Fuentes de gastos de las cofradías de la Semana Santa de Valladolid*

<b>GASTOS</b>	
Flores	3.000 €
Cera	2.000 €
Papelería y correos	1.500 €
Dominio web y teléfono	400 €
Medallas	800 €
Telas	2.500 €
Mercaderías	4.000 €
Acompañamiento musical	4.500 €
Estación de penitencia	150 €
Seguros	400 €
Reparaciones y mantenimiento	5.000 €
Gastos bancarios	200 €
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>24.450 €</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Estos serían los gastos aproximados de una cofradía de Valladolid. Los gastos dependen de muchos factores, entre ellos el dinero que quiera invertir la cofradía en cada partida. No es de extrañar que los números salgan negativos un año. En el caso del ejemplo

han salido positivos, 30.900€ de ingresos, 24.450€ de gastos y unos beneficios de 6.450€ que servirían para financiación de los gastos del siguiente año.

## 5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

En este apartado se realizará una investigación de mercado con el objetivo de conocer cómo son los patrones de consumo y de actividad de las cofradías, así como de los cofrades de Valladolid. Además, se investiga cuáles son las mejoras y los cambios que provocarían un crecimiento económico como consecuencia de la actividad de la Semana Santa de Valladolid. En esta investigación de mercado se van a utilizar técnicas cualitativas y cuantitativas.

### 5.1. TÉCNICAS CUALITATIVAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

Las técnicas cualitativas de recogida de información sirven para conseguir información relevante acerca del estudio. La entrevista en este estudio se ha realizado a un experto para obtener más información de la parte interna de la Semana Santa. Se ha utilizado como técnica una entrevista semiestructurada, en la que se ha definido un guion previo con las preguntas de interés a realizar.

Concretamente, se ha realizado la entrevista a Miguel Vegas, Presidente de la Junta de Cofradías de Valladolid.

A continuación, se enuncian las preguntas realizadas con sus correspondientes respuestas.

1. ¿Cuánto tiempo lleva siendo el presidente de la Junta de cofradías de Valladolid?

Va a hacer ahora 2 años.

2. ¿Cuál es la motivación que le llevó a presentarse para presidir la Junta de cofradías de Valladolid?

Porque me dejé engañar. Básicamente para que sea una respuesta más *polite*, para ser Presidente de la Junta de Cofradías, has tenido que presidir una cofradía a lo largo de los últimos 4 años. Entonces, yo cumplía los requisitos. He sido alcalde de la cofradía de las angustias. Hablando de la situación de la junta y del camino que debía tomar, una serie de gente se dirigieron a mí para que presentase la candidatura, y salió elegida. De 20 cofradías hubo 18 votos que sí, 1 abstención, una cofradía que no pudo asistir, con lo cual bueno, desde junio del año 2022, soy el Presidente de la Junta de Cofradías.

3. ¿Cómo prevé el futuro de las cofradías de Valladolid en cuanto a número de cofrades?

La situación en cuanto a los números en las altas de las cofradías ha sido una situación en declive, con una tendencia más o menos pronunciada desde los últimos 20 años. Ahora somos en torno a unos 12.000 cofrades. En el estudio de impacto económico creo recordar que vienen casi 12.000 o 12.000 y pico. Las noticias que he tenido este año con respecto a las altas son positivas. Todos los indicadores que tenemos nos hacen pensar que la Semana Santa es algo que interesa a la gente de Valladolid. Y que, si nosotros ponemos las herramientas a disposición de las cofradías la Semana Santa, puede volver a tener un amplio número de altas en las cofradías que hagan engrosar los números, otra vez a las cifras que vimos hace apenas 2 o 3 décadas, que eran 25.000 cofrades.

4. ¿Qué acciones se podrían realizar para captar más cofrades en Valladolid?

Bueno, básicamente aquí hay que delimitar las funciones de cada uno de los agentes que formamos parte de la Semana Santa. Una de ellas es la Junta de cofradías, que yo presido, y otras son las propias cofradías. La Junta de cofradías no deja de ser una confederación de esas 20 cofradías.

Básicamente las acciones que se deben emplear pasan por las cofradías, porque son las cofradías las responsables de sus listas de cofrades. Efectivamente, desde la Junta lo que entendemos es que tenemos que poner a disposición de las cofradías esas herramientas. ¿En qué?, pues, en la promoción de la Semana Santa de Valladolid. Promoción que se ha insistido mucho en hacerla de puertas afuera, el aspecto exterior de la Semana Santa con respecto a lo que es Valladolid y, sin embargo, una de las principales debilidades que tenemos, es no ser capaces de transmitir esa tradición dentro del propio Valladolid. Con lo cual, nosotros lo que tenemos que hacer es una labor de promoción y difusión principalmente en Valladolid, aunque también en otras localidades, de forma que la Semana Santa sea conocida por la ciudad y apreciada. Nosotros tenemos la seguridad ahora con un estudio de impacto económico, que eso es así. Muchas veces las razones por las cuales se hace alguien cofrade, que también lo vemos en un estudio, son variadas. Puede ser la razón de fe religiosa, evidentemente, o una advocación determinada, pero también otros, como pertenencia a grupo o una socialización, que es una manera de insertarse en un tejido asociativo. Y yo entiendo que las cofradías están haciendo esa labor, y la están haciendo bien, y de hecho se está empezando a ver la repercusión de la Semana Santa, que tiene más repercusión que lo que ha tenido a lo largo de los últimos 10, 15 o 20 años.

5. ¿Por qué cree que en Andalucía el número de cofrades es tan superior al de Valladolid?

Bueno, pues hay varios motivos. En primer lugar, evidentemente Valladolid no es Sevilla. Valladolid sociológicamente es una ciudad de tamaño medio. Sevilla ya es una ciudad grande. La diferencia de habitantes es bastante sensible. En segundo lugar, efectivamente, también influye el carácter. La religiosidad popular en la manera en que se manifiesta en Andalucía no es la misma manera de manifestarla en Valladolid. Aparte de lo que son las condiciones de las que hemos hablado, también hay otras condiciones, que es evidentemente lo que se hace como labor de difusión de la Semana Santa. Evidentemente no podemos estar ni lo estaremos, yo creo que nunca, pero no lo estaremos en las próximas décadas, a ese nivel. La Semana Santa de Sevilla tiene un gasto importantísimo, y unos impactos y una repercusión económica.

Pero bueno, no se tiene que comparar, es exactamente igual que pretender comparar, por ejemplo, un espectáculo taurino en Valladolid con Madrid. Son cosas completamente diferentes. Es una corrida de toros en los dos sitios, pero evidentemente no tiene punto de comparación.

Con respecto a Sevilla, pues evidentemente la religiosidad popular se vive de una manera, no solo en la Semana Santa, sino también, por ejemplo, en otros acontecimientos como el Rocío o como la feria, o no estrictamente acontecimientos religiosos.

Valladolid, no es Sevilla, pero tampoco Sevilla es Valladolid. Nosotros tenemos que fijarnos en lo que en lo que hacemos nosotros.

6. ¿Cómo valora las acciones de comunicación que se realizan en la Semana Santa de Valladolid?

Yo creo que hasta hace un par de años que nos hemos hecho cargo nosotros, una de las cosas que se habían advertido era un déficit a la hora de comunicar. ¿Por qué? Porque la comunicación tiene que ser un plan estratégico, un plan integrado, no acciones sueltas y tiene que ser dentro de un conjunto estratégico, como decimos, que sea una unidad y que tenga unos objetivos definidos. Precisamente una de las acciones que estamos emprendiendo afecta a la comunicación ¿En qué se basan esas acciones? Pues que evidentemente uno de los déficits que han tenido, no solo la junta, sino las cofradías, es que no hacen una buena comunicación de las labores que llevan a cabo. Por ejemplo, hay varias justificaciones de las cofradías y una de ellas es la caridad. Las labores de caridad que realizan las cofradías apenas las conocemos siquiera los cofrades. Bueno,

pues es una cosa que hay que comunicar. Y con respecto a la Semana Santa de Valladolid, bien desde el punto de vista económico, desde el punto de vista turístico, bueno, pues no ha tenido la repercusión o no ha tenido la comunicación o no ha tenido la inversión en comunicación que pueden tener otros acontecimientos de la ciudad, que tienen una relevancia mucho menor, pero que, sin embargo, están más profesionalizados. La Semana Santa la llevamos desde la Junta, gente que ponemos nuestro tiempo, nuestro dinero en sacar adelante esto, igual que en las propias cofradías, es voluntariado, mientras que hay otros acontecimientos que tienen unas estructuras que son profesionales y que eso les permite ser más eficientes a la hora de hacer una labor de comunicación. Nosotros sí que tenemos identificada esa debilidad. Estamos intentando subsanarla. Estamos intentando hacer un plan estratégico de comunicación que lógicamente tiene que ser apoyado por las instituciones. No depende únicamente de la Junta de cofradías ni de las propias cofradías.

7. ¿Qué canales de comunicación considera más efectivos para promover la Semana Santa de Valladolid?

Indudablemente, acorde a los tiempos, lo que ahora tenemos entre manos se comunica de muchas maneras, pero principalmente a través de las redes sociales. La Junta de Cofradías tiene la red Social X, el antiguo Twitter, tiene la red social de Facebook, ya más o menos asentada, y desde hace 2 años se creó una cuenta de Instagram. Aparte de eso, tiene una página web, que sí que es cierto que habría que invertir en ello y es idea nuestra poder invertir de tal forma que pueda hacerse una edición en su página web para ponerla al día. Básicamente las redes sociales nos permiten comunicar y trascender a la sociedad de la manera que antes no era posible. Antes la comunicación de la Semana Santa se tenía que dar a través de los medios tradicionales, prensa, los periódicos de tirada, de tirada especialmente dentro de la provincia de Valladolid. Y, por ejemplo, también radio, o incluso televisión. Una publicación en las redes sociales de la Junta de cofradías tiene unos impactos superiores a lo que puede ser, por ejemplo, una publicación en un periódico de Valladolid. Un periódico de Valladolid que a lo mejor vende, 5.000 ejemplares en papel y que tiene unos 2.000 o 3.000 suscriptores, bueno, pues el impacto que puede tener una publicación de las redes de la Junta es superior. Lógicamente eso hace que te tienes que replantear que aparte de tener unas relaciones con esos medios de comunicación tradicionales también es importante tener la posibilidad de comunicar a través de esas alternativas que nos ofrece ahora los tiempos.

8. ¿Cómo es la comunicación entre las cofradías de Valladolid?

Las relaciones entre las cofradías son entre los cofrades. Las cofradías se reúnen todas en el Pleno de la Junta de cofradías de Semana Santa, que es presidido por el Presidente de la Junta de cofradías, acuden los presidentes de las 20 cofradías. La relación institucional entre todas las cofradías de Valladolid es buena, lógicamente luego las relaciones personales también importan, porque al final somos personas todos. Y la labor que se hace entre las cofradías es una labor de conjunto. Todo el mundo es consciente y bueno, yo creo que la colaboración entre todas las cofradías es buena.

9. ¿Tiene relación con Juntas de cofradías o con cofradías de otros lugares de España?

Obviamente sí, especialmente con las más relacionadas, con las más cercanas, como pueden ser las de la provincia de Valladolid y con las de Castilla y León. ¿Por qué? Porque, bueno, lógicamente podemos tener más intereses comunes. No todos los intereses son comunes, pero hay intereses comunes. Y bueno, pues lógicamente tenemos que mantener una buena relación, especialmente con aquellas que tienen una declaración de interés turístico, ya sea nacional, internacional o regional. Especialmente con las de la provincia de Valladolid, las que tienen interés turístico internacional, Medina de Rioseco y Medina del Campo. Nos solemos reunir de vez en cuando. Ponemos en común ciertos planteamientos, ciertas experiencias y eso sirve pues a nivel de gestión, para que seamos más eficientes todos.

10. ¿Qué serie de acciones cree que podrían llevarse a cabo para conseguir incrementar el número de turistas y el impacto económico de la Semana Santa de Valladolid?

Es complicado. Si analizamos desde el punto de vista económico, desde el punto de vista turístico. Hemos hecho un DAFO; debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades. Con respecto al entorno, es decir, las amenazas que nos vienen del entorno y las oportunidades que nos ofrece el entorno, nos tenemos que dar cuenta que, con respecto a las oportunidades, nos da la posibilidad de intentar hacer dos acciones fundamentales con respecto a las pernoctaciones y con respecto al impacto que puede haber con la Semana Santa Valladolid. La Semana Santa de Valladolid ha estado dirigida especialmente a los turistas para el Viernes Santo. La capacidad hotelera que tiene Valladolid no da para más. La capacidad hotelera de Valladolid se llena por completo, lleno técnico, en la noche del jueves al viernes santo y la noche de viernes santo especialmente ¿Eso qué significa? que todas las acciones que haya que hacer vienen dadas por dos cosas, que son precisamente las oportunidades que nos ofrece el entorno. Es, en primer

lugar, intentar que esas pernoctaciones medias que son ahora en torno a 2 días, 3 días, 2 días y medio, se extiendan a lo largo de toda la semana. ¿Por qué? Porque efectivamente, el viernes ya no podemos acoger más turistas o, por lo menos, no podemos alojar más turistas. De tal forma que si evidentemente intentamos hacer una campaña que pase por traer turistas el martes Santo, el Miércoles Santo o el Sábado Santo, pues lógicamente eso sería complementario y efectivamente influiría de una manera decisiva en el impacto económico. Y otra de las cosas que tenemos que hacer, que nos tenemos que dar cuenta, es que lo que tenemos que intentar es dirigirnos a un tipo de público que tenga un poder adquisitivo alto. Efectivamente, el turista del turismo cultural, turismo religioso, generalmente hace un gasto medio mayor porque bueno, pues las variables sociodemográficas que vemos es un tipo de turismo de una determinada edad, con un determinado nivel de estudios y con una capacidad de gasto. Cuanto más consigamos que el turista deje más dinero en Valladolid será mejor para todos. Esas son las oportunidades que tenemos.

Sin embargo, lo que nos tenemos que dar cuenta también son las debilidades, las debilidades es que quizá estamos errando en el tiro en cuanto a quien nos estamos dirigiendo. Y a eso le hemos puesto remedio desde el momento en el que la comercialización de las entradas a la procesión del Viernes Santo se hace a través de Internet, y en Internet podemos manejar todas esas variables, de tal forma que nos damos cuenta que la trascendencia internacional de la Semana Santa no es muy relevante como nosotros pensábamos, sino que nuestro público objetivo está principalmente en Madrid, en El País Vasco y en Cataluña. Entonces nosotros nos tenemos que dirigir a ese público. Evidentemente hacer acciones de promoción en Francia, pues es interesante, pero hay que ver si desde el punto de vista económico es eficiente o no.

Y a partir de ahí, lo que tenemos que ver es que entre las amenazas que tiene nuestro entorno es que las cofradías no ocupemos el lugar que nos corresponde dentro de la ciudad, que no tengamos la relevancia institucional o que no se nos dé la relevancia institucional que merecemos. Al final un colectivo de 12.000 personas en Valladolid hay muy pocos. Y lógicamente tenemos una relevancia. Yo creo que una de las cosas importantes que tenemos por delante y que teníamos ese momento que nos hicimos cargo el equipo de directivo de la de la Junta, es que tenemos que tener esa relevancia institucional y la estamos logrando en cuanto que evidentemente la financiación ha mejorado, que parece que vamos a tener una sede, que no hemos tenido una sede en 80 años. Que efectivamente vamos a llevar a cabo unos planes conjuntos con, especialmente, el Ayuntamiento de Valladolid, porque es el mayor beneficiado; la ciudad es la mayor

beneficiada en la Semana Santa. Se va a poner en valor la Semana Santa de Valladolid, y venimos observando que se está haciendo, no es algo que no se haya percibido por parte de los cofrades. Vemos que las autoridades municipales se implican con la Semana Santa, acompañan las procesiones, acompañan los actos, especialmente a los actos culturales de las cofradías. Y bueno, quizá la debilidad que tenemos es que hasta ahora no hemos sido capaces de comunicar eso bien, porque evidentemente, si nosotros comunicásemos bien, por ejemplo, el tema de la caridad la ciudad de Valladolid sabría lo importante que son las cofradías, no todo el mundo lo sabe.

## 5.2. *TÉCNICAS CUANTITATIVAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN*

Para poder llevar a cabo esta parte de la investigación se ha utilizado la encuesta como método de recogida de la información.

La encuesta es un método de investigación que sirve para la recogida de información de un conjunto de personas al que se le denomina muestra. Esta recogida de datos es muy útil ya que se obtiene de una forma muy sencilla. Asimismo, esta herramienta permite describir el comportamiento de un conjunto de personas. Estos datos son cuantificables y de esta forma se pueden analizar mediante estadísticas (TeamSystem, 2024).

En el caso de la encuesta empleada para el desarrollo de la presente investigación se ha utilizado el método de muestreo por conveniencia. Este método es una técnica de muestreo no probabilístico en la que los miembros que van a pertenecer a la muestra se escogen en base a la accesibilidad y conveniencia para el investigador. Concretamente, los participantes son personas que pertenecen a las cofradías de Valladolid. La pertenencia a una cofradía por parte de la investigadora ha permitido el acceso a los cofrades.

El objetivo del cuestionario ha consistido en conocer el comportamiento de los cofrades y de las cofradías en un ámbito económico, así como buscar las mejoras y cambios que los cofrades piensan que conseguirían incrementar el impacto económico de la Semana Santa de Valladolid, tal y como se ha explicado con anterioridad.

El tamaño de la muestra ha sido de 145 cofrades de la Semana Santa de Valladolid.

El cálculo del error muestral es esencial en la investigación de mercado, pues permite determinar la precisión y validez de los resultados, asegurando que estos sean significativos y representativos.

Tenemos que destacar que determinar el error muestral en un muestreo deliberado, crítico o por juicio es complejo y difícil de precisar debido a que la muestra se ha seleccionado de manera no aleatoria.

$$e = z * \sqrt{\frac{P * Q}{n}}$$

Para hacer el cálculo se van a asignar los siguientes valores:  $p=q=0,5$  y un nivel de confianza del 95% ( $z=1,96$ ) a causa de que la falta de selección aleatoria de la muestra puede ocasionar un error mayor.

$$e = 1,96 * \sqrt{\frac{0,5 * 0,5}{145}} = 0,081 = 8,1\%$$

En cuanto a la estructura del cuestionario, el cual se encuentra en el anexo III, se ha dividido en varios bloques, los cuales se especifican a continuación:

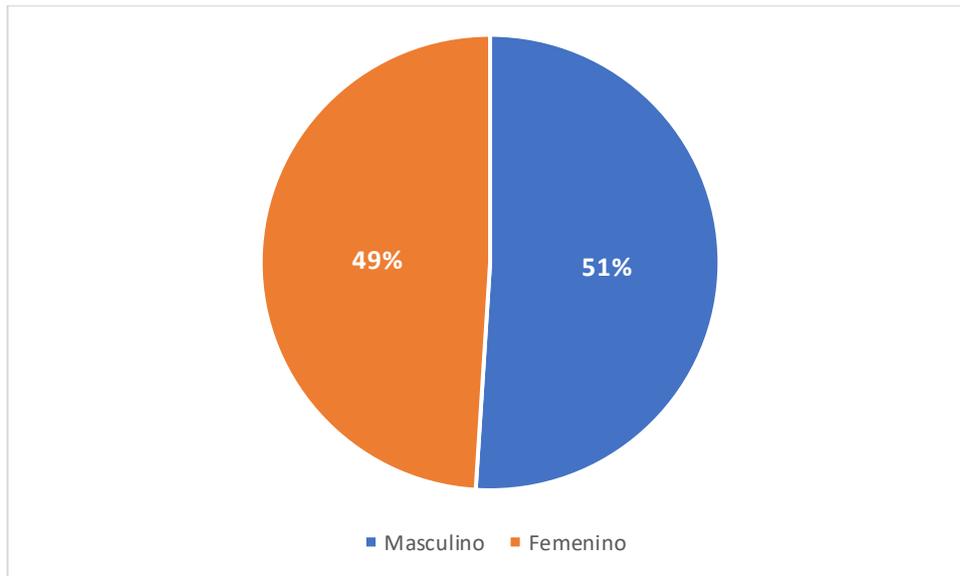
- Las 3 primeras preguntas han sido realizadas para poder encasillar al tipo de cofrade que se está encuestando.
- La pregunta 4 sirve para saber qué tipo de beneficio es el que aporta cada cofrade a su cofradía.
- Las preguntas 5, 6 y 7 están enfocadas a los aspectos puramente económicos relacionados con la cofradía y con los cofrades. Las preguntas 5 y 6 tratan aspectos económicos del cofrade y la 7 se centra en los aspectos económicos de la cofradía.
- Las preguntas 8, 9 y la 10 están basadas en la comunicación de la Semana Santa de Valladolid.
- La cuestión 11 trata sobre la aceptación de los cofrades a la incorporación de elementos innovadores en la Semana Santa.
- La pregunta 12 trata el tema del futuro de las cofradías y, por tanto, el de la Semana Santa de Valladolid.
- Para concluir el cuestionario, las preguntas desde la 13 a la 18 son acerca de datos sociodemográficos para caracterizar la muestra.

#### 5.2.1. RESULTADOS DEL ESTUDIO

A continuación, se muestran cuáles han sido los resultados obtenidos en el estudio realizado. Comenzamos con la descripción del perfil de los encuestados.

En primer lugar, vamos a ver cuál ha sido el sexo de los encuestados.

Gráfica 10 Sexo de los encuestados

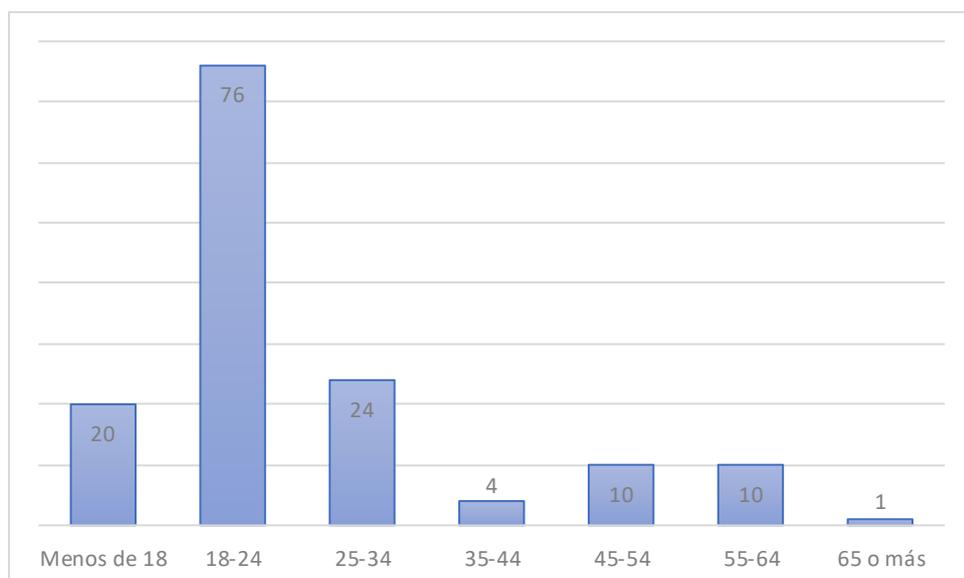


Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)

En cuanto al sexo de los encuestados, se observa que 74 son hombres (51%) y 71 son mujeres (49%). El sexo de los participantes de la encuesta ha estado bastante equilibrado y no destaca esta cuestión.

A continuación, se va a mostrar cuáles han sido las diferentes edades de las personas encuestadas.

Gráfica 11 Edad de los encuestados



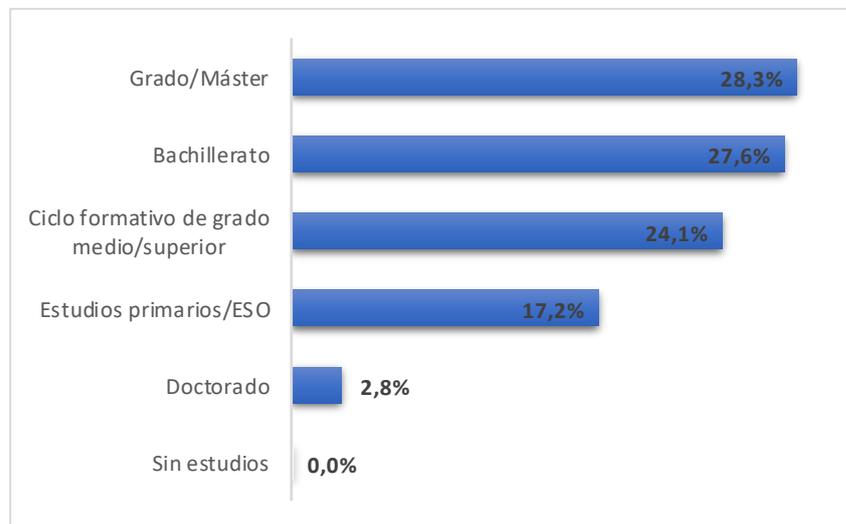
Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)

La encuesta se ha realizado a un rango amplio de personas con diferentes edades para ver cuál es la percepción que tienen sobre el tema que se estudia. Cabe destacar que la mayoría de las personas que han sido encuestadas están entre los 18 y 24 años de edad (52,4%). El motivo de estos datos se debe a que la encuesta fue enviada a través de plataformas como Instagram y WhatsApp, que son más usadas por gente de ese rango de edad.

A continuación, para concluir con la parte sociodemográfica vamos a analizar los estudios, la ocupación, el nivel de ingresos y el estado civil de los encuestados.

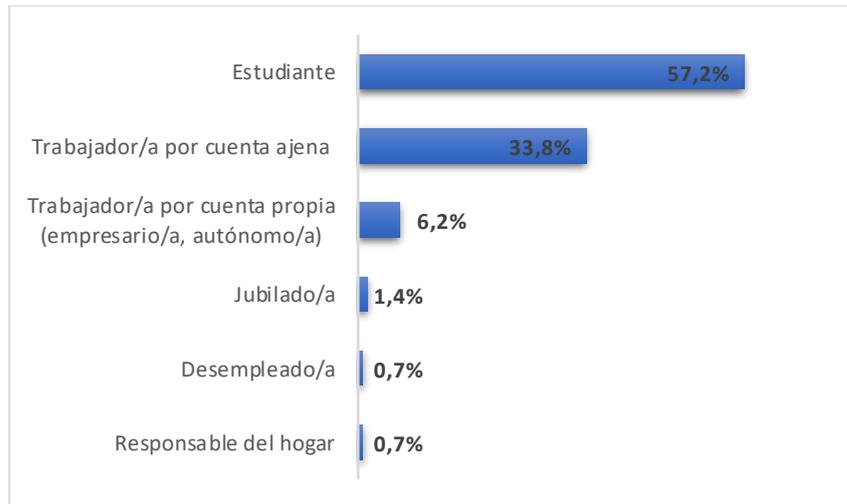
Se podría decir que el perfil medio del encuestado se trata de una persona de entre 18 y 24 años, estudiante, con menos de 1.000€ de ingresos y con estudios de grado o máster. En las gráficas 12 a 15, que se presentan a continuación, se recoge la información relativa a estas variables.

Gráfica 12 Estudios de los encuestados



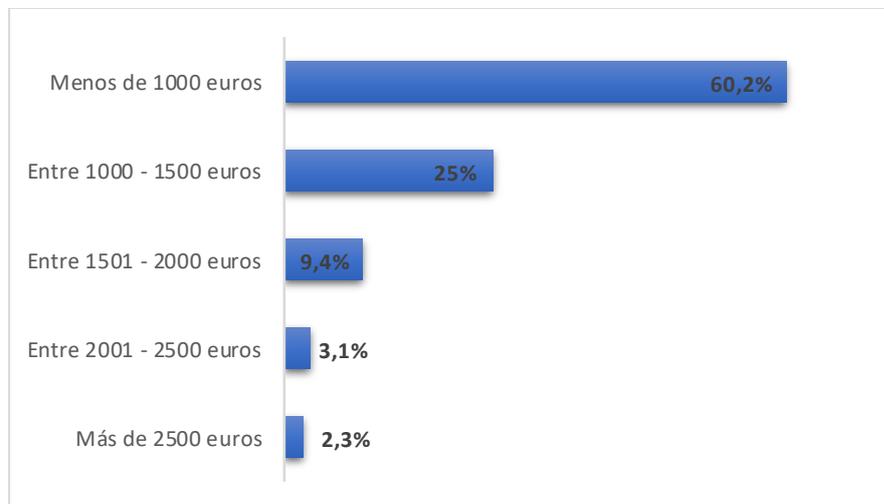
Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)

*Gráfica 13 Ocupación de los encuestados*



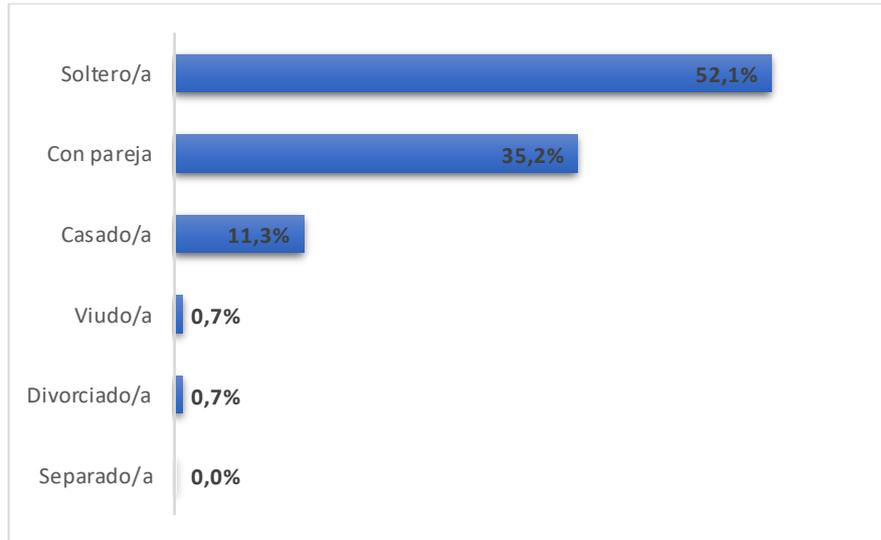
*Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)*

*Gráfica 14 Nivel de ingresos de los entrevistados*



*Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)*

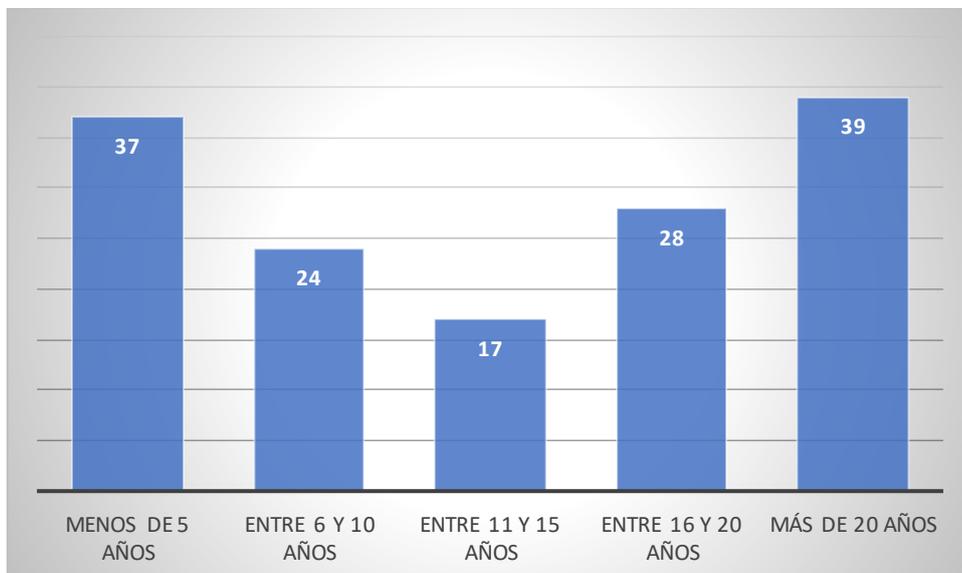
Gráfica 15 Estado civil de los entrevistados



Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)

Ahora que se ha determinado las principales características de la muestra vamos a analizar los demás datos de la encuesta que no forman parte del estudio sociodemográfico. A continuación vamos a ver las tres primeras cuestiones de la encuesta que se refieren al tipo de cofrade encuestado. Estas preguntas sirven para encasillar a los cofrades que se han encuestado en diferentes grupos según los años que llevan perteneciendo a la cofradía, la cofradía a la que pertenecen y el principal motivo por el que decidieron hacerse cofrades.

Gráfica 16 Años que los encuestados llevan siendo cofrades



Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)

En primer lugar, vamos a analizar los años que los encuestados llevan perteneciendo a su cofradía. Se puede observar que 39 participantes, es decir, un 26,9% llevan perteneciendo a su cofradía más de 20 años. Este dato es destacable teniendo en cuenta que 20 encuestados tienen menos de 18 años, y 76 encuestados tienen edades entre 18 y 24 años. Es decir, teniendo en cuenta las edades de los encuestados, la cifra de 26,9% es muy alta.

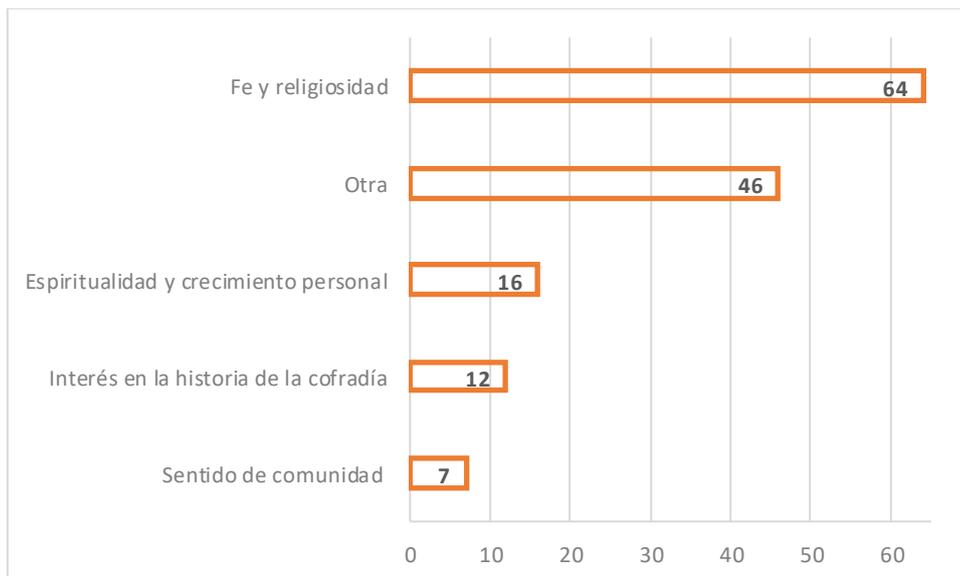
El 25,5% de los encuestados, que son 37 personas, llevan perteneciendo a la cofradía menos de 5 años. Este dato también es destacable y muestra que, actualmente, a las cofradías siguen entrando personas nuevas.

Más de la mitad de los encuestados, el 52,4%, se encuentra en uno de los dos extremos de esta cuestión.

El 19,3% de los encuestados, es decir, 28 personas, llevan en la cofradía entre 16 y 20 años. El 16,6% de los encuestados, entre 6 y 10 años. Y por último, el 11,7% , es decir, 17 personas llevan perteneciendo a la cofradía entre 11 y 15 años.

A continuación, vamos a analizar el principal motivo por el que los encuestados decidieron hacerse cofrades.

Gráfica 17 Principal motivación por la que los encuestados se hicieron cofrades



Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)

El 44,1% de los cofrades encuestados, es decir, 64 personas, dicen que su principal motivación por la que se hicieron cofrades fue la fe y la religiosidad. Es el porcentaje más alto y tiene sentido ya que, al fin y al cabo, la actividad de una cofradía se basa en la

religión. Pero también hay que destacar que el 55,9% de las personas encuestadas, es decir, 81 personas no basaron su motivo principal de hacerse cofrades en la religión.

Esto muestra que la Semana Santa y las cofradías, a pesar de deberse a la religión, no sólo representan un acto de fe y religiosidad, sino también una manifestación cultural, económica, social, artística, entre otros.

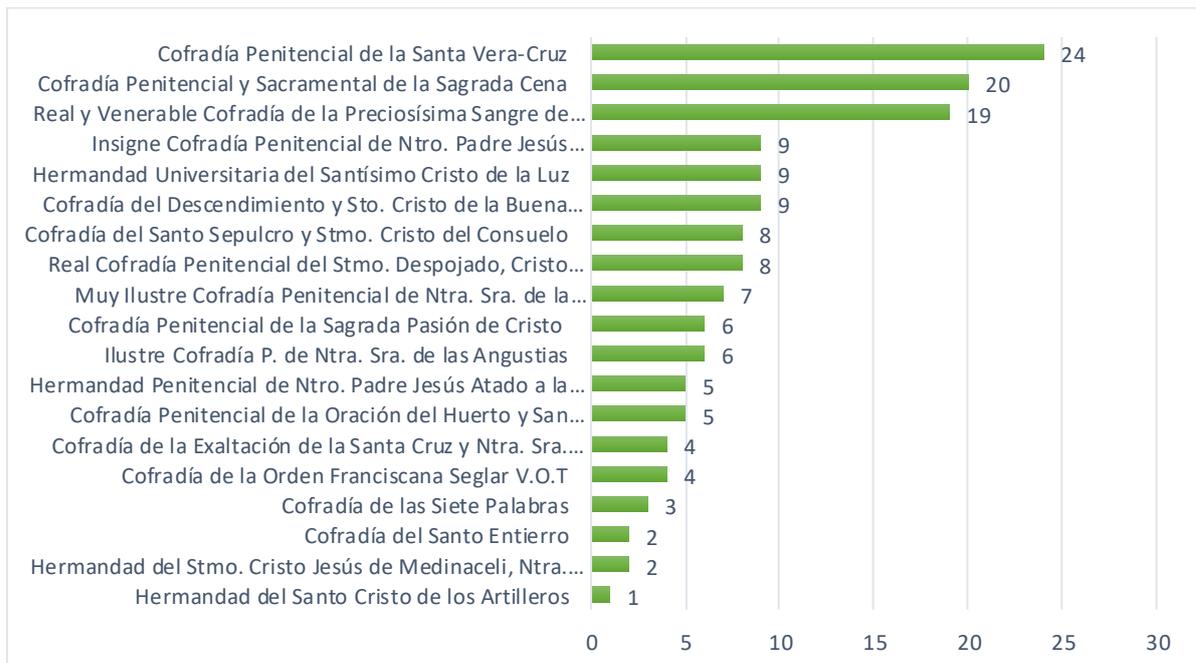
El 31,7% de los encuestados, 46 personas, dicen que el principal motivo de haberse hecho cofrades es otro motivo a los que están representados en la encuesta.

El 11%, es decir, 16 personas, basaron su decisión en la espiritualidad y el crecimiento personal. Aunque este motivo tiene relación con la fe y la religiosidad no es lo mismo, y tiene que ver con la búsqueda de un significado más profundo de la vida o la búsqueda de un propósito en la misma.

El 8,3%, 12 personas, decidieron hacerse cofrades debido a que les interesaba la historia de la cofradía. Y, por último, el 4,8%, 7 personas, basaron la elección en el sentido de comunidad, que se refiere al querer pertenecer a un grupo y poder relacionarse con otras personas.

A continuación vamos a ver cuáles son las cofradías a las que pertenecen los encuestados.

Gráfica 18 Cofradías a las que pertenecen los encuestados



Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)

Para interpretar los datos sobre el número de cofrades hay que realizar una aclaración. Al sumar las respuestas son 151 cofrades, y el tamaño de la muestra es 145. Esto se debe a que hay algunas personas que pertenecen a más de una cofradía.

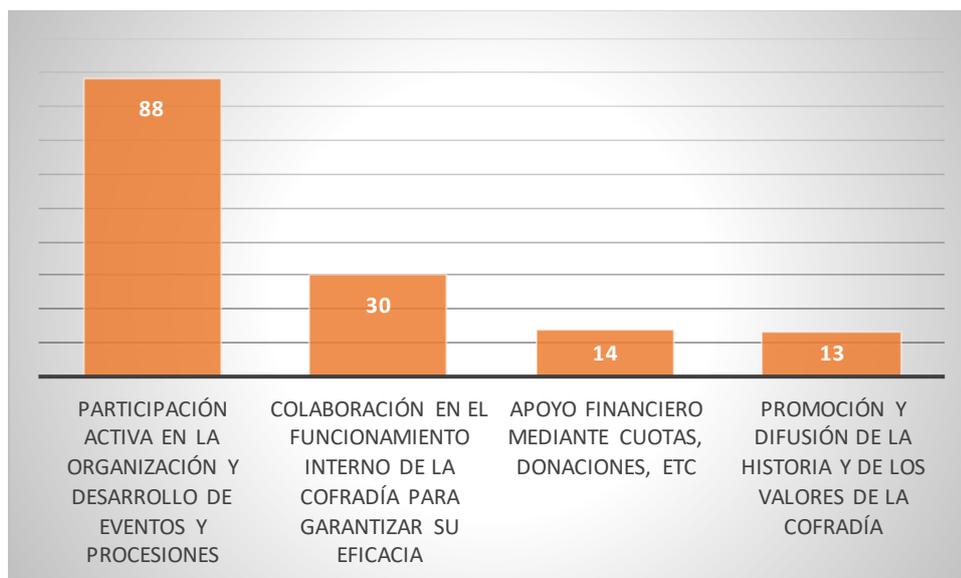
La cofradía a la que más pertenecen los cofrades encuestados con un 15,89%, es decir, 24 personas, es la Cofradía Penitencial de la Santa Vera-Cruz. Esto puede deberse a que es una de las cofradías de Valladolid con más componentes. Esta cofradía se compone de unos 1.200 cofrades.

La segunda cofradía a la que más pertenecen los encuestados es la Cofradía Penitencial y Sacramental de la Sagrada Cena con un 13,25%, es decir, 20 personas. Esto se debe a que es la cofradía a la que pertenece la investigadora y, por proximidad, ha podido encuestar a más gente de ella que de otras.

Y la tercera cofradía con más representación en la encuesta es la Real y Venerable Cofradía de la Preciosísima Sangre de Ntro. Sr. Jesucristo con un 12,58%, es decir, 19 personas encuestadas.

La siguiente cuestión de la encuesta trata sobre el beneficio que aporta cada cofrade a su cofradía.

Gráfica 19 Principal contribución que hacen los encuestados a su cofradía



Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)

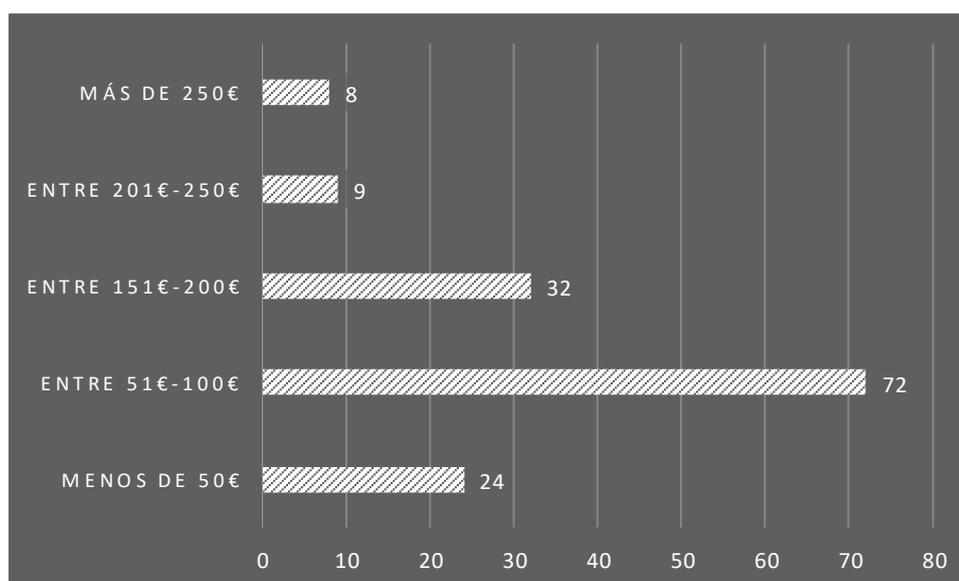
De los cofrades encuestados 88, el 60,7%, respondieron que la principal contribución que aportan a su cofradía es la participación activa en la organización y

desarrollo de eventos y procesiones. Después, 30 personas, es decir, el 20,7%, respondieron que la principal contribución que hacían era la colaboración en el funcionamiento interno de la cofradía para garantizar su eficacia. El 9,7% de los cofrades, 14 personas, respondieron que su principal contribución era el apoyo financiero mediante cuotas, donaciones, etc. Y, por último, 13 cofrades, el 9% de los encuestados respondieron que era la promoción y difusión de la historia y los valores de la cofradía.

Las siguientes tres preguntas tratan de los aspectos puramente económicos relacionados con la cofradía y con los cofrades.

En la cuestión número 5 se pregunta acerca del gasto que hacen los cofrades encuestados durante la Semana Santa de Valladolid.

Gráfica 20 Gasto que hacen de media los encuestados durante la Semana Santa de Valladolid



Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)

Se les ha preguntado a los cofrades de Valladolid sobre el gasto que hacían durante la Semana Santa de la ciudad. Un 49,7% de los encuestados, es decir, 72 personas, respondieron que hacían un gasto medio de entre 51€ y 100€. Un 22,1%, 32 personas, respondieron que su gasto medio durante la Semana Santa de Valladolid había sido de entre 151€ y 200€. El 16,6%, 24 personas, respondieron que su gasto estuvo en menos de 50€. El 6,2% de los encuestados, 9 personas, respondieron que su gasto había estado entre los 201€ y 250€. Y, por último, el 5,5%, es decir, 8 personas, indicaron que su gasto medio estuvo en más de 250€.

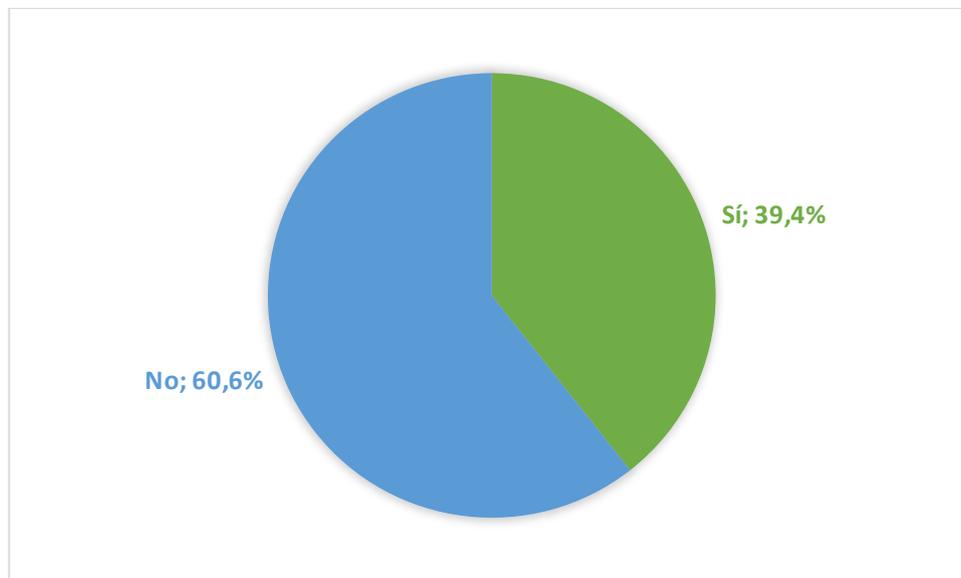
Si hacemos una media, utilizando los valores medios de los rangos, por ejemplo para el rango entre 51€ y 100€, el valor medio es 75€. Lo replicamos en los demás rangos

de valor. Después multiplicamos los valores medios de cada rango por el número de personas que han votado en cada rango, es decir, de esta manera:  $24 \times 25 = 600$ ,  $72 \times 75 = 5.400$ ,  $32 \times 175 = 5.600$ ,  $9 \times 225 = 2025$ ,  $8 \times 275 = 2.200$ . Sumamos los valores que han salido:  $600 + 5400 + 5600 + 2025 + 2200 = 15.825$ . Y, por último, lo dividimos entre el número de personas que han votado en esta cuestión:  $15.825 / 145 = 109,14€$ .

El gasto medio aproximado que los cofrades han hecho durante la Semana Santa de Valladolid sería de 109,14€. Si suponemos que la muestra es representativa, con un margen de error del 8,1%, y que en Valladolid hay unos 11.700 cofrades, en Semana Santa en Valladolid ha habido un movimiento económico de unos 1.276.938€ por parte de los cofrades de Valladolid.

La siguiente pregunta está enlazada a la anterior y trata acerca de si ha existido un incremento del gasto medio de los cofrades respecto del año anterior.

*Gráfica 21 ¿Han notado un aumento del gasto medio que hacen los encuestados durante la Semana Santa de Valladolid respecto del año anterior?*



*Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)*

El 60,6% de los encuestados, es decir 86 personas, respondieron que no han notado un incremento en su gasto medio respecto del año 2023. El 39,4%, 56 personas, responden que sí que han visto un incremento en su gasto medio respecto del año anterior.

Estos resultados pueden deberse a diversos motivos, pero uno de ellos podría ser la bajada del IPC (Índice de Precios de Consumo)<sup>2</sup> en la Semana Santa de 2024 respecto de la Semana Santa de 2023.

La Semana Santa de 2023 fue entre los días 2 al 9 de abril donde el IPC estaba en 4,1% y la Semana Santa de 2024 fue entre los días 24 al 31 de marzo donde el IPC estaba en 3,2%, un 0,9% menos respecto del año anterior. En la gráfica que se muestra a continuación se recoge la evolución del IPC desde enero de 2023 hasta mayo de 2024.

Aunque no es el único motivo de que el 60,6% de los encuestados afirmen que no han notado un incremento en su gasto medio. Otros factores podrían ser el cambio en el nivel de vida, el ahorro, o múltiples factores personales de cada cofrade, al igual que las personas que vieron un incremento en su gasto medio.

Gráfica 22 Evolución del IPC de enero del 2023 a mayo de 2024



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recabados en (Datos Macro, 2024)

La siguiente cuestión también forma parte de los aspectos económicos y se realizó para observar cómo veían los cofrades el impacto que tenía su cofradía en la economía local.

<sup>2</sup> El índice de precios al consumo consiste en una medida estadística que tiene como finalidad que se mida la evolución de los precios de los bienes y los servicios en España (Instituto Nacional de Estadística, 2024).

Gráfica 23 ¿Creen los encuestados que la participación de su cofradía en la Semana Santa de Valladolid tiene un impacto significativo en la economía local?



Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)

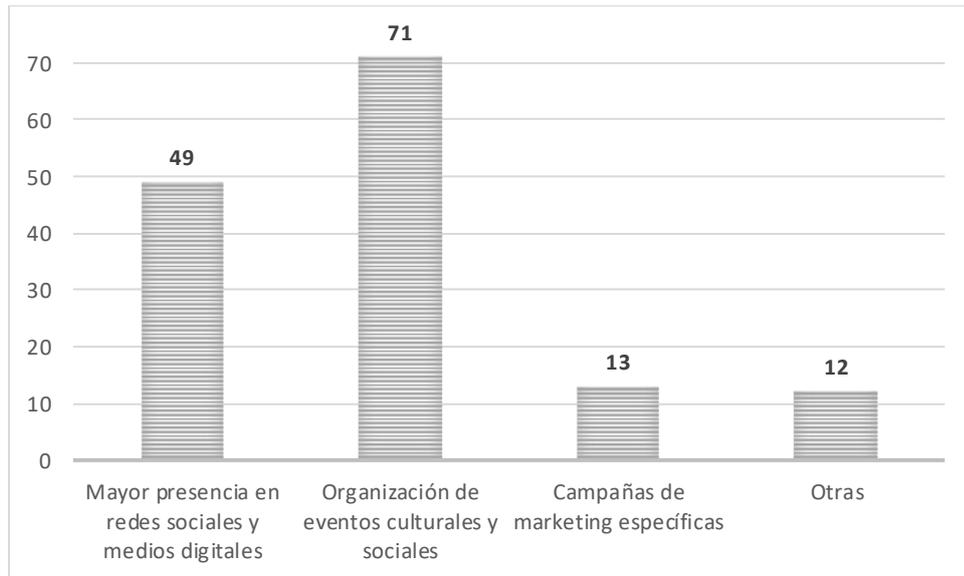
El 78,5% de las personas encuestadas, es decir, 113 cofrades, piensan que su cofradía tiene un impacto significativo en la economía local. El 15,3%, 22 personas, no están seguras de si su cofradía tiene un impacto significativo en la economía local. Y, por último, el 6,3%, 9 personas piensan que no.

Las cofradías son la base de la Semana Santa. Sin ellas no podría darse la actividad y la Semana Santa desaparecería. Por lo tanto, todas las cofradías contribuyen en mayor o menor medida al impacto económico que tiene la Semana Santa de Valladolid.

Como acabamos de decir, las cofradías son el sustento de la Semana Santa, pero para que las cofradías existan tienen que tener miembros que lleven a cabo la actividad. La siguiente pregunta está enfocada a la forma en la que se pueden captar nuevos cofrades para las cofradías.

Las siguientes tres cuestiones van a basarse en la parte de la comunicación.

Gráfica 24 Acción que los encuestados creen que es más eficaz para atraer nuevos cofrades



Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)

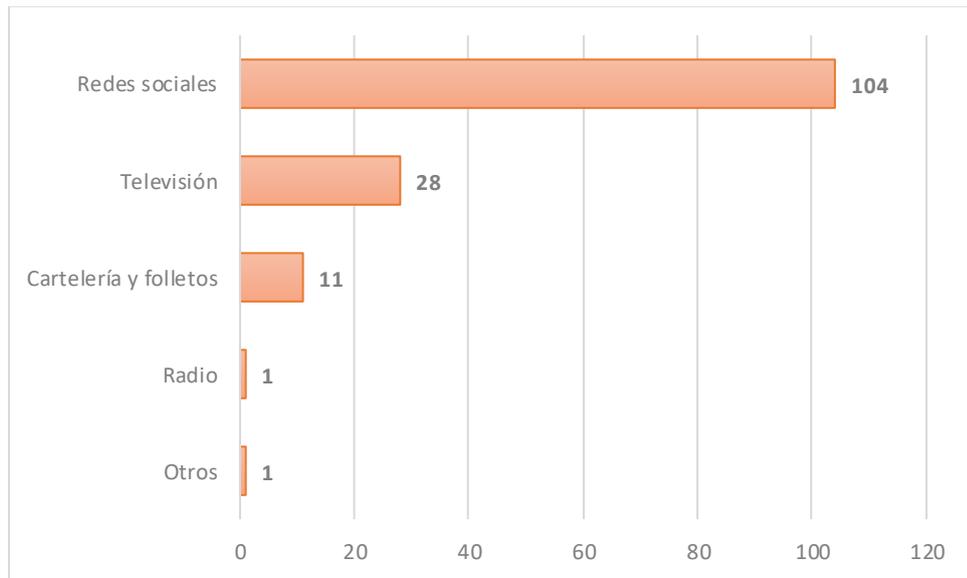
El 49% de los encuestados, es decir, 49 personas, respondieron que la mejor forma de captar nuevos cofrades es por medio de la organización de eventos culturales y sociales. El 33,8%, 49 personas, contestaron que la forma más eficaz es la mayor presencia en redes sociales y en medio digitales. El 9%, es decir, 13 personas, afirmaron que la mejor forma era hacer campañas de marketing específicas. Por último, el 8,3%, 12 personas, contestaron que la mejor forma de captar nuevos cofrades era de otra forma a la expuestas en el cuestionario.

En cuanto a la organización de eventos culturales y sociales por parte de una cofradía, por ejemplo, la cofradía de nuestra señora de la soledad de Cuéllar organiza distintas actividades donde pueden participar tanto cofrades como personas que no son cofrades. De esta manera atraen a las cofradías a las personas que no forman parte de ellas. Las actividades que organizan son juegos cofrades para los niños y, de una forma divertida para ellos, consiguen captar su atención y que se interesen por la Semana Santa y por las cofradías. También para otras edades realizan un curso donde enseñan a poner la mantilla española que llevan las Manolas<sup>3</sup> en Semana Santa (Herrero, J., 2024).

En la siguiente pregunta del cuestionario vamos a ver cuál creen los encuestados que es el mejor medio de comunicación de promoción de la Semana Santa.

<sup>3</sup> Las Manolas son las mujeres que hacen penitencia en Semana Santa y salen detrás del paso vestidas de negro y con la mantilla española.

Gráfica 25 Medio de comunicación que los encuestados consideran más efectivos para la promoción de la Semana Santa



Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)

El 71,6% de los encuestados, es decir, 104 personas, respondieron que el medio de comunicación más efectivo para promover la Semana Santa son las redes sociales. El 19,3%, es decir, 28 personas contestaron que el medio más eficaz es la televisión. El 7,6% de los encuestados, 11 personas, piensan que el medio más eficaz es a través de cartelería y folletos. Un 0,7%, es decir, solo 1 persona piensa que es la radio. Por último, otra persona cree que no es ninguno de los medios expuestos.

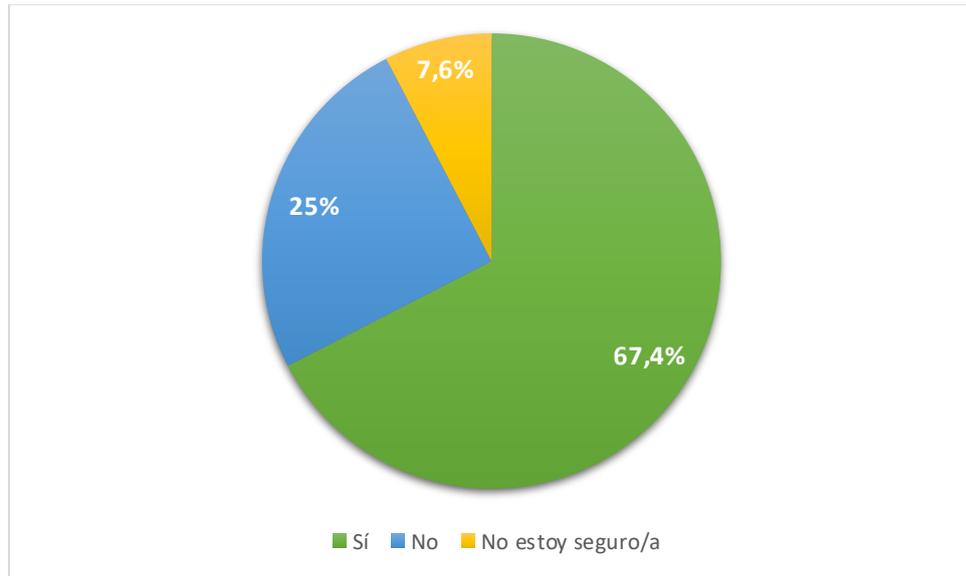
No sorprenden estos resultados ya que los medios digitales, como son las redes sociales, se han posicionado como el medio que más se utiliza en la actualidad. En el 2023 los españoles hicieron un consumo medio de internet que superaba las 4 horas. El 97% de los españoles usa internet todos los días. Las redes sociales tienen un total de 3,8 mil millones de usuarios.

Por otra parte, la televisión sigue siendo un medio de comunicación muy consumido. Actualmente las personas ven la televisión unas 3 horas y 42 minutos de promedio al día.

Sin embargo, el uso de la radio se ha quedado atrás en cuanto al número de usuarios, aunque ha evolucionado y se ha adaptado a las nuevas tecnologías (UFV, 2023).

La siguiente cuestión trata el tema de la comunicación interna de la Semana Santa de Valladolid.

Gráfica 26 ¿Creen los encuestados que la comunicación entre cofradías es adecuada para promover la Semana Santa como un evento conjunto?



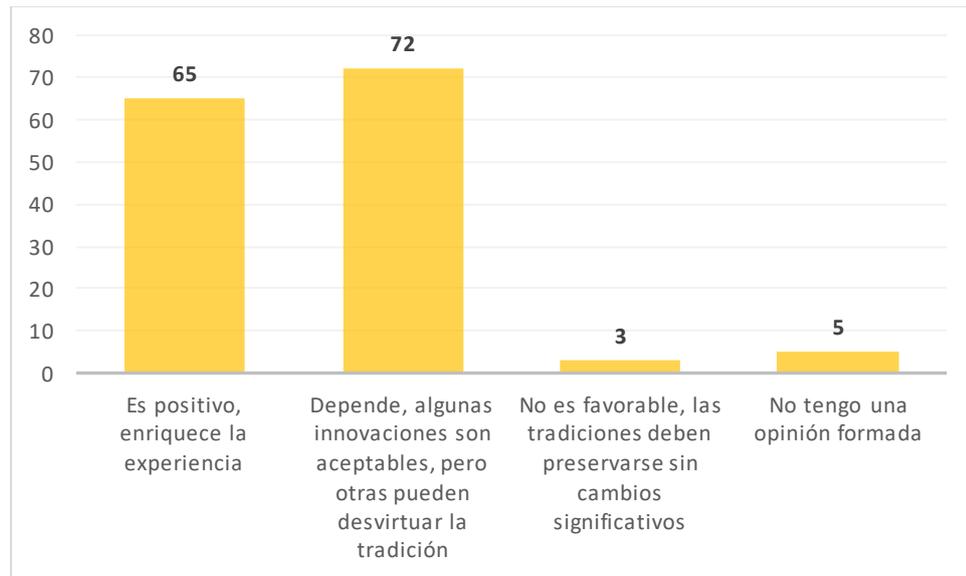
Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)

El 67,4% de los encuestados, es decir, 97 personas, contestaron que la comunicación entre cofradías sí que es adecuada para promover la Semana Santa como un evento conjunto. El 25%, 36 personas, piensan que la comunicación no es adecuada para promover la Semana Santa. Por último, el 7,6%, es decir, 11 encuestados no estaban seguros/as de ello.

La comunicación entre cofradías forma parte de la comunicación interna de la Semana Santa. Una comunicación entre cofradías eficaz y adecuada es muy importante para el desarrollo, éxito y promoción de la Semana Santa de Valladolid, en su conjunto, y otras actividades relacionadas con las cofradías, en particular. Además de eso, una comunicación adecuada contribuye a dar una imagen pública positiva de las cofradías y de la Semana Santa y, de esta manera, aumentar la participación y el compromiso de los miembros. En resumen, es importante trabajar como un conjunto y no como entidades aisladas.

En la siguiente cuestión vamos a indagar en la opinión de los cofrades acerca de la implementación de elementos innovadores como pueden ser la tecnología, actividades culturales modernas, etc. en la Semana Santa de Valladolid.

Gráfica 27 ¿Qué opinan los encuestados sobre la integración de elementos innovadores junto con las tradiciones en la celebración de la Semana Santa?



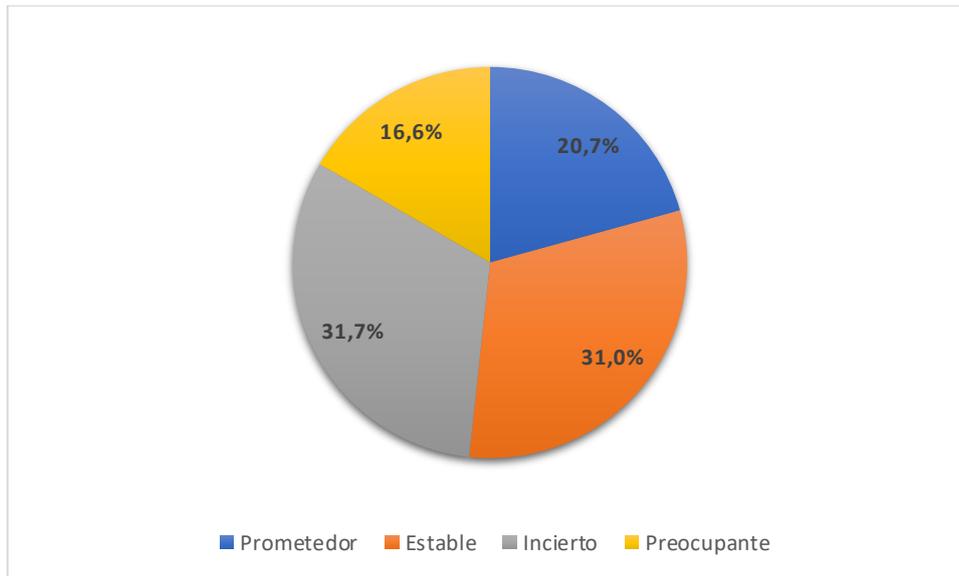
Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)

El 49,7% de los encuestados, es decir 72 personas, responden acerca de la integración de elementos innovadores junto con las tradiciones en la celebración de la Semana Santa que depende de cuál sea ese elemento innovador que se integre están de acuerdo o no, que algunas innovaciones son aceptables, pero otras pueden desvirtuar la tradición. El 44,8%, 65 personas, opinaron que la integración de elementos innovadores en la Semana Santa es positiva y enriquece la experiencia. Después, el 3,4%, 5 personas, no tienen una opinión formada al respecto. Y, por último, el 2,1%, es decir, 3 personas, responden que no es favorable y que las tradiciones deben preservarse sin cambios significativos.

En general ha habido una aceptación más o menos positiva al cambio y a las innovaciones en la Semana Santa.

La última cuestión que vamos a tratar es acerca del futuro de las cofradías de Valladolid y por tanto el futuro de la Semana Santa de Valladolid.

Gráfica 28 ¿Cómo ven los encuestados el futuro de las cofradías de Valladolid?



Fuente: (Elaboración propia a partir de Google Forms, 2024)

El 31,7% de los encuestados, 45 personas, piensan que el futuro de las cofradías de Valladolid es incierto. El 31% de las personas encuestadas, es decir, 45 personas, creen que el futuro de las cofradías de Valladolid se va a mantener estable. El 20,7% de los encuestados, 30 personas, creen que el futuro de las cofradías de Valladolid es prometedor. Por último, el 16,6%, es decir, 24 personas, piensan que es preocupante.

Estos datos sorprenden ya que el pensamiento de los encuestados está muy dividido, no hay una opinión clara acerca de cómo va a ser el futuro de las cofradías de Valladolid. Tiene sentido pensar que dependiendo a que cofradía pertenezca el encuestado va a tener una opinión formada acerca de esto muy diferente a otro encuestado que pertenezca a otra cofradía. Si el encuestado pertenece a una cofradía que no está en un buen momento tendrá una idea negativa de cómo va a ser el futuro de las cofradías en Valladolid.

## 6. ANÁLISIS DE CASO: COMUNICACIÓN DE LA SEMANA SANTA DE VALLADOLID

Tras detectar en la entrevista realizada al Miguel Vegas, Presidente de la Junta de Cofradías, que la comunicación es una debilidad en la Semana Santa de Valladolid, a lo largo del presente apartado nos centramos, en primer lugar, en realizar un diagnóstico de las acciones de comunicación utilizadas para la difusión y promoción de la Semana Santa

de Valladolid en el 2024. Posteriormente, realizamos una propuesta de nuevas acciones que podrían implantarse.

### 6.1. DIAGNÓSTICO DE ACCIONES REALIZADAS

#### El cartel:

Una de las acciones más conocidas enfocadas a promocionar la Semana Santa de una ciudad es la creación del cartel de la Semana Santa. Cada año, en cada ciudad, se crea un cartel promocional al respecto.

Los carteles de Semana Santa se ponen en los comercios y fachadas de toda la ciudad además de en las redes sociales. El objetivo de los carteles es motivar a los ciudadanos a que acudan a las procesiones y apoyen a la Semana Santa de la ciudad, y así conseguir una mayor audiencia en las procesiones y eventos de Semana Santa.

La ilustración 2 muestra el cartel que se ha realizado para la Semana Santa de este año, 2024. La fotografía la realizó José Raúl Martín Pérez, que es uno de los fotógrafos oficiales de la Semana Santa de Valladolid, y Luis Joaquín Fernández López realizó el diseño del cartel. El paso fotografiado es Nuestro Padre Jesús con la Cruz a Cuestas (siglo XVII) de la cofradía la Sagrada Pasión de Cristo (Valladolid Cofrade, 2024).

Ilustración 2 Cartel Semana Santa de Valladolid 2024



Fuente: (Ayuntamiento de Valladolid y Junta de Cofradías de Semana Santa Valladolid, 2024)

#### Códigos QR:

Este año se han incorporado la tecnología de los códigos QR en la Semana Santa de Valladolid. Se han implantado códigos para cada procesión que, al escanearlos, muestran toda la información necesaria de esa procesión: recorrido, toda la información completa, imágenes relevantes de la procesión y una reseña de la cofradía (La razón, 2024).

#### **Medio de comunicación internacional:**

Este año se ha conseguido retransmitir en directo la Semana Santa de Valladolid en un medio de comunicación internacional como es la CNN para intentar incrementar, en los siguientes años, la presencia de turistas extranjeros.

Este acontecimiento ha surgido gracias a un acuerdo que ha sido pactado entre el portal de *Valladolid Cofrade*<sup>4</sup> y la CNN International *NewsSource*. La CNN retransmitió en directo las procesiones de Valladolid en sus diferentes canales como CNN, CNN Internacional, CNN Chile, CNN en español, CNN US, y también en sus cadenas ligadas en todo el mundo, que son más de 5.000.

En años anteriores la CNN ya había proporcionado en sus canales imágenes de las procesiones de Valladolid. En el 2023 hubo un acercamiento mayor entre Valladolid cofrade y la CNN, pero es en este año 2024 cuando el lazo entre estas dos instituciones se intensifica de una manera muy fuerte, cubriendo con la producción de una cobertura exclusiva de las procesiones de Valladolid. Con estas acciones se establece un hito en su historial de transmisiones de Semana Santa (Valladolid Cofrade, 2024).

#### **Aplicaciones:**

En 2014 se creó una aplicación de móvil por medio de la Diputación de Valladolid en la que puedes informarte sobre todas las celebraciones con las que cuenta la Semana Santa en 11 localidades de Valladolid incluida Valladolid capital.

La idea de la aplicación es combinar la tradición con las nuevas tecnologías en una sola, además de promocionar la Semana Santa de una manera más efectiva y adaptada a la vida actual (La razón, 2014).

Actualmente la aplicación sigue en uso con actualizaciones y mejoras, y cada año van actualizando la información de los eventos que se van a realizar.

#### **Favorecer el desarrollo de la economía local:**

---

<sup>4</sup> Es un portal web y de otras redes sociales donde se publica información relevante de la Semana Santa de Valladolid y de otros eventos de las cofradías de Valladolid.

Se ha puesto en marcha una campaña para favorecer el consumo en los comercios locales de la ciudad durante la Semana Santa del 2024. Esta campaña tenía como eslogan “Esta Semana Santa, comprar en tu comercio vecino tiene premio”.

Ilustración 3 Campaña para favorecer el consumo en comercios locales durante la Semana Santa de Valladolid



Fuente: (Tu comercio Vecino, 2024)

La campaña la ha creado la Diputación de Valladolid y Fecosva (Federación de Comercio y Servicios de Valladolid y provincia).

La campaña ha consistido en lo siguiente: los comercios locales que participaban tenían 200 boletos cada uno de ellos, que entregan a los clientes que realizaban compras superiores a 20€.

De las 200 papeletas de cada comercio, 10 de ellas tenían un premio. El premio era un lote de la marca Alimentos de Valladolid valorado en 50€ cada lote. En la campaña han participado un total de 70 comercios diferentes y se han sorteado 700 lotes.

El objetivo que tenía la campaña es fomentar la compra de productos locales durante la Semana Santa, ya que es una época del año con gran cantidad de turistas y afluencia de personas en general.

La campaña se lleva realizando 8 años y, en años anteriores, ha generado un impacto económico superior a los 2 millones de euros (Tu comercio Vecino, 2024).

## 6.2. PROPUESTAS DE ACCIONES A REALIZAR

**Incorporación de complementos a la aplicación de la Semana Santa o creación de una nueva aplicación:**

A veces los turistas o los ciudadanos van a ver una procesión, llegan tarde y no saben a qué altura del recorrido se encuentra la procesión. Para cubrir esta necesidad, la

aplicación de la Semana Santa, o una nueva aplicación, podría incorporar la ubicación a tiempo real de dónde se encuentra la procesión que está desfilando en la calle. Con esta incorporación en la aplicación o creación de una aplicación nueva, toda persona que vaya a ver una procesión sabrá donde tiene que ir en cada momento.

Además, la aplicación también podría tener un apartado en el que mostrase el porcentaje de ocupación que tienen los bares, restaurantes, etc. de la zona en cada momento para incentivar el comercio local.

### **Buses turísticos de ciudades y pueblos a Valladolid:**

Para incentivar que vengan más personas a la Semana Santa de Valladolid, se podrían poner autobuses específicos para ver las procesiones en los días más importantes de Semana Santa como es el jueves o el viernes santo. Estos autobuses podrían salir de pueblos o ciudades vecinas ya que no son trayectos muy largos, que serían muy pesados desde zonas más lejanas.

### **Visita a las cofradías**

Para la promoción de la Semana Santa de Valladolid y a las cofradías, se podría hacer algo similar al día y noche de los museos. En este evento participan los museos donde abren sus puertas durante un día entero, alargándolo hasta la noche para poder visitarlos.

De la misma manera se podría organizar un evento donde las sedes de las cofradías abriesen sus puertas para poder visitarlas. Pudiendo ver las sedes, las imágenes de las cofradías y donde un guía les fuera contando los detalles más importantes de las cofradías que están visitando.

## **7. CONCLUSIONES**

Una vez concluido el trabajo se pueden sacar una serie de conclusiones que se enuncian a continuación:

La Semana Santa de Valladolid constituye un motor económico significativo para la ciudad. Durante este periodo, la afluencia de turismo beneficia al sector hostelero, restauración, comercio local, etc. Además de aumentar la creación de empleo significativamente.

El impacto económico de la Semana Santa de Valladolid está en auge, y los pronósticos de los siguientes años son muy positivos. Se estima que este impacto vaya creciendo a lo largo de los años.

Las cofradías son la base de la Semana Santa. Sin ellas no podría darse la actividad y la Semana Santa desaparecería. Por lo tanto, todas las cofradías contribuyen, en mayor o menor medida, al impacto económico que tiene la Semana Santa de Valladolid. Es por ello que para preservar ese auge en el impacto económico hay que preocuparse por ellas, y no solo con financiación económica. Es fundamental promover la inscripción de nuevas personas a las cofradías para garantizar la tradición de la Semana Santa en Valladolid.

La opinión acerca de cómo va a ser el futuro de las cofradías por parte de los cofrades está muy dividida, no hay una opinión clara. Tiene sentido pensar que dependiendo a que cofradía pertenezca la persona, va a tener una opinión formada acerca de esto, muy diferente a otra que pertenezca a otra cofradía. Si la persona pertenece a una cofradía que no está en un buen momento tendrá una idea negativa de cómo va a ser el futuro de las cofradías en Valladolid.

Respecto de la entrevista podemos sacar la conclusión de que la comunicación de la Semana Santa de Valladolid es un punto que se tiene que mejorar para que las personas, sobre todo de Valladolid, sean conscientes de la importancia y relevancia que tienen las cofradías, y la importantísima labor que hacen en la sociedad.

La comunicación entre cofradías forma parte de la comunicación interna de la Semana Santa. Una comunicación entre cofradías eficaz y adecuada es muy importante para el desarrollo, éxito y promoción de la Semana Santa de Valladolid, en su conjunto, y otras actividades relacionadas con las cofradías, en particular. Además de eso, una comunicación adecuada contribuye a dar una imagen pública positiva de las cofradías y de la Semana Santa y, de esta manera, aumentar la participación y el compromiso de los miembros. En resumen, es importante trabajar como un conjunto y no como entidades aisladas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Junta de Castilla y León. (2023). *El impacto económico de la semana santa 2023 en castilla y león alcanza los 83,7 millones de euros*. Recuperado el 14 de abril de 2024, de Junta de Castilla y León: <https://lc.cx/AGVWd7>
- Ranstad. (2024). *El tirón de Semana Santa eleva un 18,6% la contratación hasta cifras precovid: generará 116.200 nuevos puestos de trabajo*. Recuperado el 23 de abril de 2024, de 20 minutos: <https://lc.cx/MsgeAt>
- ABC sociedad. (2024). *¿Por qué se celebra la Semana Santa? origen y hermandades más importantes en España*. Recuperado el 21 de abril de 2024, de ABC Sociedad: <https://lc.cx/gzYiDG>
- Albergues del Camino de Santiago. (2022). *¿Qué es el Año Santo Jacobeo?* Recuperado el 27 de Febrero de 2024, de Albergues del Camino de Santiago: <https://n9.cl/opnfg>
- Álvarez, J. (2024). *El sector turístico español prevé un récord de gasto en Semana Santa*. Recuperado el 15 de Marzo de 2024, de El economista: <https://n9.cl/zt4kl>
- Ayuntamiento de Valladolid. (2023). *Estado de liquidación del presupuesto*. Recuperado el 12 de abril de 2024, de Ayuntamiento de Valladolid: <https://lc.cx/oU5Wsr>
- Ayuntamiento de Valladolid y Junta de Cofradías de Semana Santa Valladolid. (2024). *Cartel semana santa valladolid 2024. pura maravilla de arte*. Recuperado el 16 de abril de 2024, de Archivo Municipal de Valladolid: <https://lc.cx/Z2vggu>
- Bembibre, C. (2009). *Definición de peregrinación*. Recuperado el 6 de marzo de 2024, de Significado: <https://n9.cl/rd70b>
- Cabrera, M. (2023). *Turismo Religioso en España genera más de 22MM de Euros*. Recuperado el 20 de Febrero de 2024, de Turismo religioso en el mundo: <https://n9.cl/h8lwz>
- Calvo, B. (2023). *Procesiones de Semana Santa en España: origen y las más importantes*. Recuperado el 23 de abril de 2024, de Mundo deportivo: <https://lc.cx/mRTI2F>
- Civieta. (2024). *Trabajar en Semana Santa: estos son los perfiles más buscados por las empresas*. Recuperado el 23 de abril de 2024, de Bussines insider: [https://lc.cx/\\_yUXjF](https://lc.cx/_yUXjF)
- Cocreando Turismo. (2022). *Lo que debes saber del Turismo Religioso*. Recuperado el 26 de abril de 2024, de Cocreando Turismo: <https://lc.cx/PbJ-pE>

- Coranguéz, A. (2023). *¿Que es el turismo religioso?* Recuperado el 30 de Enero de 2024, de Reporte Lobby: <https://n9.cl/coaju>
- Coranguéz, A. (2023). *¿Que es el turismo religioso? características y ejemplos.* Recuperado el 27 de abril de 2024, de Reporte Lobby: <https://lc.cx/1cTPXc>
- Datos Macro. (2024). *En mayo se elevó el IPC en España.* Recuperado el 7 de junio de 2024, de Datos Macro: <https://lc.cx/8kO13I>
- de Lama, V. (2022). *Las peregrinaciones musulmanas a La Meca vistas por peregrinos cristianos a Tierra Santa (Siglos XVI-XVII).* Recuperado el 21 de abril de 2024, de Universidad de Santiago de Compostela: <https://lc.cx/CXmG6M>
- El día de Valladolid. (2024). *Semana Santa y realidad virtual se dan la mano.* Recuperado el 17 de abril de 2024, de El día de Valladolid: <https://lc.cx/HFxpHK>
- Engrupo Viajes. (2022). *La historia de las peregrinaciones cristianas.* Recuperado el 21 de abril de 2024, de Engrupo Viajes: <https://lc.cx/9TdGsi>
- Europa Press. (2024). *Ayuntamiento de Soria sube a 45.000 euros la ayuda a la Semana Santa en su objetivo de ser declarada de Interés Nacional.* Recuperado el 2024 de abril de 12, de Europa Press: <https://lc.cx/Rr6oQD>
- Europa Press. (2024). *El Ayuntamiento de Valladolid aumenta hasta los 150.000 euros la aportación para la Semana Santa 2024.* Recuperado el 12 de abril de 2024, de Europa Press: <https://lc.cx/as2kQv>
- Fiatc Seguros. (2023). *¿Cómo se celebra la Semana Santa en otros países del mundo?* Recuperado el 22 de abril de 2024, de Fiatc Seguros: <https://lc.cx/XoyeTX>
- Figueras, G. (2022). *¿Cuál es el origen de la Semana Santa?* Recuperado el 21 de abril de 2024, de La Sexta: <https://lc.cx/uWsmZI>
- Fundación CARF. (2023). *¿Origen de las peregrinaciones?* Recuperado el 6 de Marzo de 2024, de Fundación CARF: <https://n9.cl/kridj>
- García, E. (2023). *Las procesiones de Semana Santa también tienen seguros.* Recuperado el 15 de Marzo de 2024, de Grupo Galilea: <https://n9.cl/8npbn>
- Gobierno de Castilla - La Mancha. (2024). *Castilla-La Mancha acogió en la pasada Semana Santa a casi 3,5 millones de visitantes con un impacto directo que supera los 181 millones de euros.* Recuperado el 23 de abril de 2024, de Gobierno de Castilla - La Mancha: <https://lc.cx/wj9U9j>

- Herrero, J. (2024). *Ser cofrade segovia- José Luis Herrero, hermano mayor de la Cofradía Nuestra Señora de la Soledad de Cuéllar, explica las distintas actividades que realizan para difundir y atraer a nuevos cofrades*. Recuperado el 8 de junio de 2024, de Cadena Ser: <https://lc.cx/CxJx7d>
- INE, Exceltur y El Economista. (2024). *Aportación del turismo a la economía española y PIB turístico Español*. Recuperado el 15 de Marzo de 2024, de INE, Exceltur y El economista: <https://n9.cl/d17pw>
- Instituto Nacional de Estadística. (2024). *Indicador adelantado del Índice de Precios de Consumo (IPC). Mayo 2024*. Recuperado el 7 de junio de 2024, de Instituto Nacional de Estadística: <https://lc.cx/S03ipx>
- Junta de Andalucía. (2024). *La Semana Santa genera 478 millones de euros en ingresos turísticos, un 18% más que en 2023*. Recuperado el 23 de abril de 2024, de Junta de Andalucía: <https://lc.cx/NObqqg>
- Junta de Castilla y León. (2023). *El impacto económico de la semana santa 2023 en castilla y león alcanza los 83,7 millones de euros*. Recuperado el 14 de abril de 2024, de Junta de Castilla y León: <https://lc.cx/AGVWd7>
- Junta de Castilla y León. (2024). *Cultura, turismo y deporte destina más de 320.000 euros a acciones culturales y de promoción turística en 2024 a través las juntas de cofradías de semana santa de castilla y león*. Recuperado el 9 de junio de 2024, de Junta de Castilla y León: <https://lc.cx/DrDQ9O>
- Junta de Cofradías de Semana Santa de Valladolid. (2022). *Cofradías y Hermandades*. Recuperado el 31 de Enero de 2024, de Junta de Cofradías de Semana Santa de Valladolid: <https://n9.cl/k7gft>
- Junta de Cofradías de Semana Santa de Valladolid. (2022). *Historia Semana Santa*. Recuperado el 30 de Enero de 2024, de Junta de Cofradías de Semana Santa de Valladolid: <https://n9.cl/lkmqy>
- Kliwadenko, K. (2017). *Camino de Santiago de Compostela*. Recuperado el 6 de Marzo de 2024, de Ladera sur: <https://n9.cl/rff5ga>
- La razón. (2014). *La razón*. Recuperado el 21 de abril de 2024, de Una nueva app para disfrutar de la Semana Santa de Valladolid: <https://lc.cx/KuRJCL>
- La razón. (2024). *Valladolid se vuelca con la promoción y la imagen de la Semana Santa*. Recuperado el 21 de abril de 2024, de La razón: <https://lc.cx/eQII3P>

- La Vanguardia. (2015). *Cofradías de Valladolid deberán pagar tasa de 150 euros por usar la catedral*. Recuperado el 7 de Marzo de 2024, de La vanguardia: <https://n9.cl/8npbn>
- La Vanguardia. (2015). *Cofradías de Valladolid deberán pagar tasa de 150 euros por usar la catedral*. Recuperado el 15 de Marzo de 2024, de La Vanguardia: <https://n9.cl/8npbn>
- López, F. (2019). *Gasto público*. Recuperado el 8 de abril de 2024, de Economipedia: <https://lc.cx/4q0NLw>
- Mesones, J. y Gómez, L. (2022). *La Semana Santa impulsa los ingresos turísticos a 11.280 millones en abril*. Recuperado el 15 de Marzo de 2024, de El economista: <https://n9.cl/v7kur>
- Mora, M. (2024). *Andalucía toma Callao y revoluciona Madrid con marchas de Semana Santa en la antesala de Fitur*. Recuperado el 15 de mayo de 2024, de Diario Córdoba: <https://lc.cx/fhVLSk>
- Movellán, M. (2024). *delfos, el oráculo del dios apolo*. Recuperado el 20 de abril de 2024, de National Geographic: <https://lc.cx/40B1Tk>
- Neutral, Europa Press, Cadena Ser, El Español, El Correo de Burgos y El Adelantado de Segovia. (2024). *El coste de la Semana Santa en España: de los 25.000 euros que destina León a los 229.000 euros de Málaga*. Recuperado el 11 de abril de 2024, de Neutral: [https://lc.cx/EmNGx\\_](https://lc.cx/EmNGx_)
- Newtral. (2024). *El coste de la Semana Santa en España: de los 25.000 euros que destina León a los 229.000 euros de Málaga*. Recuperado el 11 de abril de 2024, de Newtral: [https://lc.cx/EmNGx\\_](https://lc.cx/EmNGx_)
- Oviedo, S. (2022). *Este artículo fue hecho gracias al esfuerzo de trabajo de un periodista profesional. Reconocelos compartiendo esta nota mediante este link: https://espana.ladevi.info/turismo-religioso/turismo-religioso-que-es-y-como-se-origino-n54826 Copyright © espana.l*. Recuperado el 19 de abril de 2024, de La agencia de viajes España: <https://lc.cx/T3vVN4>
- Pasalodos, R. (2024). *La Semana Santa genera en Valladolid 21 millones de euros al año y multiplica por 14 cada euro invertido*. Recuperado el 4 de Abril de 2024, de Tribuna Valladolid: <https://n9.cl/1180vp>

- Pasalodos, R. (2024). *Semana Santa generará 890 contratos en Valladolid, un 10% más que en 2023*. Recuperado el 23 de abril de 2024, de Tribuna Valladolid: <https://lc.cx/r5ROI2>
- Porras, C. (2022). *El turismo religioso mueve más de 300 millones de personas cada año en el mundo, según estimaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT)*. Recuperado el 19 de Febrero de 2024, de Cátedra de estudios cofrades: <https://n9.cl/y6alt>
- Radio Palencia. (2024). *El Ayuntamiento de Palencia apoya a la Hermandad de Cofradías con 15.000 euros*. Recuperado el 12 de abril de 2024, de Cadena Ser: <https://lc.cx/QO07Tv>
- Ranstad. (2024). *El tirón de Semana Santa eleva un 18,6% la contratación hasta cifras precovid: generará 116.200 nuevos puestos de trabajo*. Recuperado el 23 de abril de 2024, de 20 minutos: <https://lc.cx/MsgeAt>
- Ranstad. (2024). *Semana Santa generará 890 contratos en Valladolid, un 10% más que en 2023*. Recuperado el 23 de abril de 2024, de Tribuna Valladolid: <https://lc.cx/r5ROI2>
- Research Gate. (2017). *Principales destinos de peregrinación en España*. Recuperado el 25 de Febrero de 2024, de Research Gate: <https://n9.cl/2efot>
- Sánche, M. y González, A. (2024). *La Región de Murcia afronta la Semana Santa con "excelentes perspectivas de ocupación turística"*. Recuperado el 23 de abril de 2024, de Cadena Ser: <https://lc.cx/JzvP3L>
- Significados, Equipo. (2024). *Semana Santa*. Recuperado el 30 de Enero de 2024, de Enciclopedia significados: <https://n9.cl/a2p6va>
- Stadista. (2024). *Evolución anual del número de peregrinos que realizaron el Camino de Santiago entre 2010 y 2022*. Recuperado el 25 de Febrero de 2024, de Statista: <https://n9.cl/43hto>
- TeamSystem. (2024). *Encuesta*. Recuperado el 5 de junio de 2024, de TeamSystem: <https://lc.cx/dIP1RI>
- Torres, K., Alvarado, N., & Alfonso. (2021). *Tipología de visitantes a destinos de turismo desde la producción científica*. Recuperado el 13 de Febrero de 2024, de Revista Habitus: Semilleros de investigación: <https://n9.cl/he7b3r>

- Tribuna Valladolid. (2024). *La Semana Santa genera en Valladolid 21 millones de euros al año y multiplica por 14 cada euro invertido*. Recuperado el 4 de Abril de 2024, de Tribuna Valladolid: <https://n9.cl/1180vp>
- Tu comercio Vecino. (2024). *En marcha la campaña «Esta Semana Santa, comprar en tu comercio vecino tiene premio»*. Recuperado el 15 de abril de 2024, de Tu comercio Vecino: <https://lc.cx/NgQfCR>
- UFV. (2023). *¿Cuál es el medio de comunicación más utilizado en la actualidad?* Recuperado el 8 de junio de 2024, de UFV: <https://lc.cx/8a4HBt>
- Valladolid Cofrade. (2024). *CNN ofrecerá en directo la Semana Santa de Valladolid en todos sus canales y plataformas gracias al acuerdo con el portal Valladolid Cofrade*. Recuperado el 21 de abril de 2024, de Valladolid Cofrade: <https://lc.cx/qWB3wq>
- Valladolid Cofrade. (2024). *Presentación del Cartel y Pregonero de la Semana Santa de Valladolid 2024*. Recuperado el 16 de abril de 2024, de Valladolid Cofrade Semana Santa de Valladolid 2024: <https://lc.cx/zkkgSw>
- Velazquez. (2024). *Muestreo deliberado, crítico o por juicio*. Recuperado el 5 de junio de 2024, de Questionpro: <https://lc.cx/UU7ljV>
- Viaje al Patrimonio. (2017). *Santuario de Esculapio en Epidauro*. Recuperado el 20 de abril de 2024, de Viaje al Patrimonio: <https://lc.cx/eggLrB>

## ANEXO I. COFRADÍAS Y HERMANDADES

Las 20 cofradías de la ciudad de Valladolid, sintetizando los aspectos más destacados de cada una de ellas (Junta de Cofradías de Semana Santa de Valladolid, 2022).

***Cofradía Penitencial y Sacramental de la Sagrada Cena.*** Fue creada en 1940 por un pequeño conjunto de personas que les apasionaba la Eucaristía y querían mostrarlo en la Semana Santa de Valladolid a través de un nuevo paso. Actualmente la cofradía se compone de unas 560 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son Jesús de la Esperanza (1946), La Sagrada Cena (1958) y Nuestra Señora del Sagrario (2023).

***Cofradía Penitencial de la Oración del Huerto y San Pascual Bailón.*** En 1939 fue creada por un conjunto de hortelanos que tenían el objetivo de acompañar al paso “La Oración del Huerto”. Actualmente la cofradía cuenta con unas 240 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son La Oración del Huerto (1629) y El Prendimiento (1995).

***Cofradía de Nuestro Padre Jesús Resucitado, María Santísima de la Alegría y las Lágrimas de San Pedro.*** Esta cofradía ya existía en el siglo XVI, y en 1959 se vuelve a fundar bajo la necesidad de tener una cofradía que diese culto a la resurrección y que sin ella no sería una Semana Santa completa. Actualmente la cofradía la conforman unas 290 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son Las Lágrimas de San Pedro (1720) y Nuestro Padre Jesús Resucitado (1994).

***Hermandad Penitencial de Nuestro Padre Jesús Atado a la Columna.*** Fue creada en 1930 por el arzobispo Gandásegui cuando impulsó el cambio de la Semana Santa de Valladolid a través de la recuperación y reforma de algunos pasos, y la necesidad de creación de algunas cofradías para que diesen culto a estos pasos. Actualmente la cofradía la forman unas 485 personas.

Los pasos con los que cuenta la hermandad son Preparativos para la Flagelación (2004), El Azotamiento del Señor (1650) y El Señor Atado a la Columna (1619).

***Hermandad del Santo Cristo de los Artilleros.*** Fue creada en 1944 integrando a todos los artilleros y miembros del Cuerpo de Ingenieros de Armamento de la Fábrica Nacional. La cofradía cuenta con unos 202 cofrades.

Los pasos con los que cuenta la hermandad son Ecce-Homo (1622) y Cristo de la Misión (segunda mitad del siglo XVIII)

**Cofradía de Nuestro Padre Jesús Nazareno.** Aunque hay señales de que esta cofradía se fundó con anterioridad, nace en 1596 bajo la Orden de San Agustín. En sus comienzos se le denominaba de otra manera, y en 1676 pasa a denominarse con el nombre que actualmente se la conoce al separarse de la Orden de San Agustín. Actualmente la cofradía se compone de unas 900 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son el Santísimo Cristo de la Agonía (1684) y Nuestro Padre Jesús Nazareno (finales del siglo XVII).

**Real Cofradía Penitencial del Santísimo Cristo Despojado, Cristo Camino del Calvario y Nuestra Señora de la Amargura.** Fue fundada en 1943 (aunque se sabe que ya procesionaban en el año 1930) por un grupo de jóvenes obreros católicos. Actualmente la cofradía se compone de unas 450 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son el Camino del Calvario (1614) y Cristo Camino del Calvario (2009).

**Cofradía Penitencial de la Sagrada Pasión de Cristo.** Se crea en 1531 con el objetivo de fomentar por medio de procesiones y actos de penitencia la devoción a la Pasión de la salvación. Actualmente la cofradía se compone de unas 790 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son el Santísimo Cristo de las Cinco Llagas (mitad siglo XVI), Santísimo Cristo del Perdón (1656), Nuestro Padre Jesús Flagelado (1650), Santo Cristo del Calvario (mitad siglo XVII) y Nuestro Padre Jesús con la Cruz a Cuestas (siglo XVII).

**Cofradía de la Exaltación de la Santa Cruz y Nuestra Señora de los Dolores.** Esta cofradía empezó a formar parte de la Semana Santa en 1938 pero no fue hasta 1944 cuando se funda de manera oficial y se crea por parte de la hermandad ferroviaria. Actualmente la cofradía se compone de unas 260 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son Nuestra Señora de los Dolores (1600), Santísimo Cristo de la Buena Muerte (Finales del siglo XVI), Santísimo Cristo de la Exaltación (1999) y la Elevación de la Cruz (1604).

**Cofradía de las Siete Palabras.** Esta cofradía se crea en 1929 por el entusiasmo de un conjunto de jóvenes de formar parte de la Semana Santa. Actualmente la cofradía se compone de 455 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son Padre, perdónales porque no saben lo que hacen (1610), Hoy estarás conmigo en el paraíso (1606), Madre, ahí tienes a tu hijo (Siglo XVII), Dios mío, Dios mío, porqué me has abandonado (Siglo XVI), Sed tengo (1612-1616), Todo está Consumado (Siglo XVII), En tus manos encomiendo mi espíritu (mitad siglo XVI).

***Hermanidad Universitaria del Santísimo Cristo de la Luz.*** Esta cofradía se crea en 1940 por iniciativa del Rector de la Universidad de Valladolid (Don Cayetano Mergelina y Luna) que amparara a los estudiantes y docentes de la universidad. Actualmente la cofradía está compuesta por unas 500 personas.

El paso con el que cuenta la cofradía es el Santísimo Cristo de la Luz (1630).

***Real y Venerable Cofradía de la Preciosísima Sangre de Nuestro Señor Jesucristo.*** Se creó en 1929 por parte de un grupo de creyentes con el objetivo de que el acto del derramamiento de la sangre de Cristo estuviera representado en la Semana Santa de Valladolid. Actualmente la cofradía está compuesta por unas 840 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son el Santísimo Cristo de la Preciosísima Sangre (1953), Santísimo Cristo del Olvido (1720) y María Santísima de la Caridad (2017).

***Hermanidad del Santísimo Cristo Jesús de Medinaceli, Nuestra Señora de la Divina Misericordia y discípulo Amado.*** La cofradía nace a partir del intento de recuperación de la cofradía del Discípulo Amado en 1996. Pero no es hasta el 2011 cuando se crea la actual cofradía. Actualmente la cofradía se compone de unas 200 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son Jesús de Medinaceli (2012) y San Juan Evangelista (siglo XVIII).

***Cofradía El Descendimiento y Santísimo Cristo de la Buena Muerte.*** Se crea en 1939 para acompañar al paso “El descendimiento”. Actualmente la cofradía está compuesta por unas 565 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son El Monte Calvario (siglo XVIII), Virgen de la Amargura (siglo XVIII), Cristo Yacente (1630) y El descendimiento (1623).

***Cofradía Penitencial de la Santa Vera-Cruz.*** Es la cofradía más antigua de Valladolid y su nacimiento fue en 1498 aproximadamente. Actualmente la cofradía está compuesta por unas 1200 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son Entrada Triunfal de Jesús en Jerusalén (siglo XVI) y Dolorosa de la Vera-Cruz (1623)

***Muy Ilustre Cofradía Penitencial de Nuestra Señora de la Piedad.***

Primeramente, esta cofradía se creó en 1504 por medio de asentistas y banqueros que tenían relación con la corte del rey Carlos I. Después fue en 1578 cuando se funda la cofradía por los ciudadanos de Valladolid. Actualmente la cofradía está compuesta por unas 1500 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son Cristo de la Cruz a María (1642 y 1995), Cristo de la Humildad (1691) y La Quinta Angustia (1625).

***Cofradía de la Orden Franciscana Seglar (V.O.T).*** Esta cofradía se originó en el convento de la Orden Franciscana en el siglo XIII, pero no se sabe exactamente cuando empezaron a salir en procesión en la Semana Santa de Valladolid. Actualmente la cofradía está compuesta por unas 420 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son La Santa Cruz (siglo XIX), Santa Cruz Desnuda (1993), Nuestra Señora de la Soledad (siglo XVII) y Santísimo Cristo Yacente (siglo XVI).

***Cofradía del Santo Entierro.*** Se funda en 1930 por iniciativa del Arzobispo Gandásegui debido al interés de un grupo correspondientes al Círculo de Recreo. Actualmente la cofradía está compuesta por unas 350 personas.

El paso con el que cuenta la cofradía es Cristo Yacente (1631-1636).

***Cofradía del Santo Sepulcro y Santísimo Cristo del Consuelo.*** Esta cofradía se origina por la Asociación Josefina en 1945 debido a que el director de la asociación pertenecía a los Carmelitas Descalzos. Actualmente la cofradía está compuesta por unas 400 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son El Santo Sepulcro (Siglo XVII), Santísimo Cristo del Consuelo (1610) y Virgen de la Alegría (1997).

***Ilustre Cofradía Penitencial de Nuestra Señora de las Angustias.*** No se conoce la fecha exacta de la creación de esta cofradía, pero se intuye que fue próxima al Pontificado de Paulo III en 1536. Actualmente la cofradía está compuesta por unas 1100 personas.

Los pasos con los que cuenta la cofradía son Nuestra Señora de las Angustias (1561), Cristo de los Carboneros (Siglo XVII), San Juan y María Magdalena al pie de la Cruz (1621).

## ANEXO II. BENEFICIARIOS DE LA SUBVENCIÓN DE JUNTAS DE COFRADÍAS DE CASTILLA Y LEÓN EN EL AÑO 2024.

BENEFICIARIO	IMPORTE
Junta de Cofradías de León	16.645 €
Junta de Cofradías de Salamanca	16.645 €
Junta de Cofradías de Semana Santa de Valladolid	16.645 €
Junta Pro-Semana Santa de Zamora	16.645 €
Junta de Cofradías de Medina de Rioseco	16.645 €
Junta de Semana Santa de Medina del Campo	16.645 €
Hermandad Cofradías Penitenciales de Semana Santa de Palencia	16.645 €
Junta de Semana Santa de Ávila	16.645 €
Hermandad de Jesús Nazareno de Ponferrada	13.847 €
Junta de Semana Santa de Burgos	13.847 €
Junta de Cofradías, Hermandades y Feligresías de Segovia	13.847 €
Junta General de Cofradías de Semana Santa de Soria	12.920 €
Junta de Profomento de la Semana Santa de Astorga	12.920 €
Cofradía de Jesús Nazareno y Patrocinio de San José de Sahagún	12.920 €
Cofradía de la Santa Vera Cruz de Ágreda	10.685 €
Cofradía Santos Misterios y Santo Entierro de Cristo de El Burgo de Osma	10.685 €
Junta Local de Semana Santa de Tordesillas	10.685 €

Coordinadora de Cofradías y Hermandades de Semana Santa de Aranda de Duero	10.685 €
Junta Pro-Semana Santa de Toro	10.685 €
Cofradía del Santo Entierro de Bercianos de Aliste	10.685 €
Cofradía de la Vera Cruz de Sotillo de la Ribera	10.685 €
Junta de Cofradías de Semana Santa de Peñafiel	10.685 €
Junta Pro-Semana Santa de Fuentesauco	10.685 €
Junta Pro-Fomento de la Semana Santa Bañeza	10.685 €
<b>TOTAL</b>	<b>320.311 €</b>

(Junta de Castilla y León, 2024)

### ANEXO III. CUESTIONARIO

1. ¿Cuántos años lleva siendo cofrade?
  - a. Menos de 5 años
  - b. Entre 6 y 10 años
  - c. Entre 11 y 15 años
  - d. Entre 16 y 20 años
  - e. Más de 20 años
  
2. ¿Cuál fue la principal motivación por la que se hizo cofrade?
  - a. Fe y religiosidad
  - b. Tradición familiar
  - c. Interés en la historia de la cofradía
  - d. Espiritualidad y crecimiento personal
  - e. Sentido de comunidad
  - f. Otra
  
3. ¿A qué cofradía pertenece?
  
4. ¿Cuál cree que es la principal contribución que hace como cofrade a su cofradía?
  - a. Apoyo financiero mediante cuotas, donaciones, etc.
  - b. Participación activa en la organización y desarrollo de eventos y procesiones.
  - c. Promoción y difusión de la historia y los valores de la cofradía
  - d. Colaboración en el funcionamiento interno de la cofradía para garantizar su eficacia
  
5. Durante la Semana Santa, de media, ¿cuánto dinero suele gastar?
  - a. Menos de 50€
  - b. Entre 51€-100€
  - c. 101€-150€
  - d. Entre 151€-200€
  - e. Entre 201€-250€
  - f. Más de 250€
  
6. ¿Ha notado un aumento de su gasto en la Semana Santa 2024 respecto de la anterior?
  - a. Sí
  - b. No
  
7. ¿Cree que la participación de su cofradía en la Semana Santa de Valladolid tiene un impacto significativo en la economía local?
  - a. Sí, creo que tiene un impacto significativo
  - b. No, no creo que tenga un impacto significativo
  - c. No estoy seguro/a

8. ¿Qué acción cree que es más eficaz para atraer a nuevos cofrades?
  - a. Mayor presencia en redes sociales y medios digitales
  - b. Organización de eventos culturales y sociales
  - c. Campañas de marketing específicas
  - d. Otras
9. ¿Qué medio de comunicación considera más efectivo para promover la Semana Santa?
  - a. Televisión
  - b. Radio
  - c. Redes sociales
  - d. Cartelería y folletos
  - e. Otros
10. ¿Cree que la comunicación entre las distintas cofradías es adecuada para promover la Semana Santa como un evento conjunto?
  - a. Sí
  - b. No
  - c. No estoy seguro
11. ¿Qué opina sobre la integración de elementos innovadores (tecnología, actividades culturales modernas, etc.) junto con las tradiciones en la celebración de la Semana Santa?
  - a. Es positivo, enriquece la experiencia
  - b. Depende, algunas innovaciones son aceptables, pero otras pueden desvirtuar la tradición
  - c. No es favorable, las tradiciones deben preservarse sin cambios significativos
  - d. No tengo una opinión formada
12. ¿Cómo ve el futuro de las cofradías en Valladolid?
  - a. Prometedor
  - b. Estable
  - c. Incierto
  - d. Preocupante
13. Indique su edad:
  - a. Menos de 18
  - b. 18-24
  - c. 25-34
  - d. 35-44
  - e. 45-54
  - f. 55-64
  - g. 65 años o más

14. Indique su género:

- a. Masculino
- b. Femenino

15. Nivel de estudios completados:

- a. Estudios primarios/ESO
- b. Bachillerato
- c. Ciclo formativo de grado medio/superior
- d. Grado/Máster
- e. Doctorado
- f. Sin estudios

16. Ocupación actual:

- a. Estudiante
- b. Responsable del hogar
- c. Trabajador/a por cuenta ajena
- d. Trabajador/a por cuenta propia (empresario/a, autónomo/a)
- e. Desempleado/a
- f. Jubilado/a

17. Nivel de Ingresos mensuales:

- a. Menos de 1.000 euros
- b. Entre 1.000 - 1.500 euros
- c. Entre 1.501 – 2.000 euros
- d. Entre 2.001 – 2.500 euros
- e. Más de 2.500 euros

18. Estado civil:

- a. Soltero/a
- b. Con pareja
- c. Casado/a
- d. Separado/a
- e. Divorciado/a
- f. Viudo/a