

# IMPACTO ECONÓMICO DE LA SEMANA SANTA EN LA ANTIGUA GUATEMALA

Mario García Lara

## AUTORES/AUTHORS:

Mario García Lara

## ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL/PROFESSIONAL AFFILIATION:

Socio-Director de Consultores Para el Desarrollo, S.A. (COPADES)  
*Managing Partner of Consultores para el Desarrollo, SA (COPADES)*

## TÍTULO/TITLE:

Impacto económico de la Semana Santa en La Antigua Guatemala  
*Economic Impact of Holy Week in Antigua Guatemala*

## CORREO-E/E-MAIL:

mario.garcia.lara@gmail.com

## RESUMEN/ABSTRACT:

El autor evalúa, a partir de un estudio de campo, el impacto económico de un fenómeno cultural-religioso, como es la celebración de la Semana Santa, en La Antigua (Guatemala) tomando como base análisis precedentes como el elaborado en la ciudad española de Córdoba.

*On the basis of a field study and previous analyses, such as that conducted of the Spanish city of Córdoba, the author evaluates the economic impact of a cultural and religious phenomenon, the celebration of Holy Week in La Antigua (Guatemala).*

## PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:

Semana Santa, La Antigua, impacto económico  
*Holy Week, La Antigua, economic impact*

## Introducción

La Semana Santa de La Antigua Guatemala, como tradición popular, conmemora la pasión y muerte de Jesucristo y constituye una de las mayores manifestaciones populares religiosas de carácter local en Guatemala, en la que participan más de cuatrocientas mil personas. Es un fenómeno espiritual y estético, religioso y cultural, que nace de un movimiento ciudadano que ha vertebrado su desarrollo histórico por intermedio de la institución cívico-religiosa de las Hermandades. En ese contexto, y como factor motivador del estudio que aquí se presenta, la Semana Santa de La Antigua Guatemala es una tradición que puede ser estudiada como paradigma de un acontecimiento cultural impulsor de actividad económica, materializada en generación de ingresos y rentas para los habitantes de la ciudad.

El presente artículo busca presentar, de manera sintética, el proceso y resultados de un estudio cuyo trabajo de campo se realizó durante la cuaresma de 2011 y cuyo propósito es realizar una estimación cuantitativa del impacto económico de la Semana Santa en la ciudad de La Antigua Guatemala mediante la aplicación de una metodología específica que ya ha sido aplicada exitosamente en eventos similares en, por ejemplo, ciudades españolas como Sevilla y Córdoba. Dicho cálculo de impacto económico se aborda a partir de la estimación de tres tipos de efectos: efectos directos, indirectos e inducidos.

Este estudio es el primero en su género que se realiza en Centroamérica, y surge de una alianza entre OIKÓS, Observatorio Andaluz para la Economía de la Cultura y el Desarrollo, y el Grupo Promotor Satélite –impulsor de la Economía de la Cultura en Guatemala–; OIKÓS facilitó la metodología de cálculo y acompañó técnicamente la investigación y facilitó la obtención de los recursos financieros necesarios para que el grupo Satélite adaptara la metodología al caso antigüeño y realizara el trabajo de campo y los cálculos correspondientes.

## Contexto del estudio

La Semana Santa es la celebración más importante del año en La Antigua Guatemala. Tiene reminiscencias muy antiguas y, hasta cierto punto, constituye un sincretismo cultural con connotaciones precolombinas. El origen de la celebración colectiva de la Semana Santa se remonta al siglo XVI, con las Cofradías Penitenciales en Castilla y en Andalucía, en España, que dan origen al culto externo con temas de la pasión de Cristo mediante cortejos procesionales durante la Semana Santa. En la Ciudad de Santiago de Guatemala (hoy La Antigua) las primeras cofradías penitenciales se establecieron en la segunda mitad del siglo XVI y, desde entonces, han evolucionado a lo largo de los años y se han fundido con la vida misma de la ciudad.

En la actualidad, el colorido de las alfombras (epítome del arte popular efímero) elaboradas de aserrines teñidos, pino, flores y frutos, así como la indumentaria y el ambiente impregnado

del aroma a corozo, flores e incienso, dan a la celebración un toque distintivo, aunado a otras expresiones culturales de la celebración, como la gastronomía (marcada por la penitencia), la música y la tradición artesanal del entorno, producen una celebración popular y una manifestación cultural que, con la arquitectura monumental y arqueológica como escenario único, imprimen un carácter espectacular a la Semana Santa de La Antigua Guatemala. Por tales razones, en 2008 el Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala declaró a dicha celebración como Patrimonio Cultural Intangible de la Nación.

Tomando en consideración sus múltiples características, podemos afirmar que el fenómeno de la Semana Santa en Antigua puede ser entendido desde cuatro dimensiones. En primer lugar, es un fenómeno de connotaciones eminentemente religiosas, como exponente de una centenaria tradición que lleva por las calles la escenificación de la Pasión, Muerte y Resurrección de Jesucristo. Guatemala, además de ser un país multiétnico, pluricultural y plurilingüe, también es una nación plurirreligiosa desde los tiempos de la colonización y evangelización, en donde los procesos históricos y culturales introdujeron el sincretismo en muchas prácticas sacras incluyendo, en alguna medida, la Semana Santa antigüeña.

En segundo lugar, el fenómeno tiene un aspecto sociológico, que se manifiesta en una dinámica participación ciudadana a través de las hermandades y otras organizaciones centrales a la celebración, por parte de personas de distintos ámbitos sociales y culturales. Guatemala tiene pocas celebraciones colectivas que, como las de la Semana Santa, cohesionen a los ciudadanos con un envoltorio común. En las conmemoraciones de Semana Santa se resume gran parte del espíritu y la idiosincrasia del guatemalteco, en general, y del antigüeño, en particular.

En tercer lugar, la Semana Santa antigüeña tiene una dimensión cultural que, a partir del arte barroco de sus imágenes y la belleza de la ornamentación y la estética de las procesiones todo ello en el marco monumental del escenario arquitectónico antigüeño, hace de esta celebración una expresión genuina del patrimonio cultural guatemalteco, que configura un conjunto de manifestaciones que la sociedad hereda de una generación a otra, y que es referencia para la identidad y, fuente de inspiración de la creatividad, de los antigüeños.

Pero la dimensión que más atañe al propósito del estudio que aquí se presenta es la de carácter económico. Si bien es cierto que los bienes culturales tienen un valor intrínseco fundamental –como expresión que son de la inteligencia humana y como signo de identidad individual y colectiva–, también lo es que la cultura tiene una dimensión económica que puede ser analizada desde tal perspectiva. Los bienes culturales, desde el punto de vista económico, generan rentas, ingresos y flujos financieros en los lugares donde se sitúan. Detrás de cada traje de cucurucho, de cada ejecución de una marcha, de cada anda procesional, de cada alfombra de aserrín, de cada altar velatorio, hay cientos de personas, muchas anónimas, que han trabajado durante todo el año. Hay eslabones invisibles de la cadena productiva de la economía de la Semana Santa antigüeña que involucran laboralmente a miles de personas y que generan, como veremos a continuación, millones de quetzales. (1)

## Metodología utilizada

Desde una perspectiva económica, el valor monetario de las expresiones culturales como la Semana Santa puede estimarse mediante el cálculo de los flujos de ingresos y gastos que tales expresiones generan. Dado que estas celebraciones pueden ser una fuente de desarrollo económico, social y cultural de una ciudad como La Antigua, es necesario disponer de metodologías que permitan estimar el aporte real o potencial de las mismas a la economía, sin desestimar, por supuesto, ni los elementos religiosos, sociales y culturales que garantizan la permanencia de la celebración, ni los demás componentes del patrimonio cultural inmaterial, los cuales, con toda seguridad, acrecientan su valor económico. Un aporte sustancial del estudio realizado radica en proveer una metodología acerca del aporte real (impacto económico) de las celebraciones sobre una ciudad, que puede ser después aplicable al caso de otras manifestaciones culturales en otras regiones del país.

El estudio de la contribución de la cultura a la economía de los países ha dado paso al desarrollo de una nueva disciplina económica denominada Economía de la Cultura que se origina en la publicación del libro *Performing Arts-The Economic Dilemma* de William Baumol y William Bowen (1966). A partir de entonces, la Economía de la Cultura, área rica en aplicación de la teoría económica y las técnicas econométricas, ha experimentado un creciente interés así como un importante desarrollo institucional, contándose con una creciente bibliografía –teórica y aplicada– proveniente de todo el mundo, principalmente de Europa, Estados Unidos y algunos países de Latinoamérica. Sin embargo, en Guatemala ésta es una disciplina aún no desarrollada, a pesar de las amplias oportunidades de aplicación e incidencia en diferentes campos, incluso en el establecimiento y financiación de políticas públicas, dada la enorme riqueza cultural del país.

Debido a la escasez de estadísticas económicas sistemáticas, no es de extrañar que en Guatemala no se disponga de estudios que estimen el impacto económico de las fiestas en las economías locales; afortunadamente existe a nivel internacional, principalmente en los países desarrollados, un amplio inventario de información estadística sobre la importancia económica de las fiestas y otro tipo de patrimonio intangible.

Dada la importancia que la ciudad de La Antigua Guatemala (designada por la UNESCO, en 1979, como Patrimonio Cultural de la Humanidad) tiene para el país, y en virtud de que la Semana Santa es una manifestación cultural y religiosa que fortalece la identidad de los guatemaltecos, así como que la principal actividad económica de la ciudad se centra en el sector turístico apoyada en su riqueza cultural tangible e intangible, el estudio del impacto económico de la Semana Santa resulta claramente necesario para medir su dimensión real, conocer las interrelaciones entre los sectores involucrados y planificar acciones desde el sector público y privado para el desarrollo y conservación de este extraordinario patrimonio cultural que redunde en bienestar para los antiguenses y los guatemaltecos en general.

Respecto de los límites del estudio conviene resaltar que no se han considerado los aspectos sociológicos, religiosos ni culturales inherentes a la Semana Santa, sino que el análisis se ciñe al ámbito de la Economía. Asimismo, las investigaciones se centraron en la actividad que se desarrolla en la ciudad de Antigua, sin extenderse al área geográfica de influencia, y en las actividades religiosas y culturales que acontecen durante los días oficiales que constituyen la Semana Santa, esto es desde el Domingo de Ramos al Domingo de Resurrección.

El estudio utiliza la metodología estándar de medición del impacto económico de un patrimonio intangible temporal en un área geográfica determinada. Esta metodología de los estudios de impacto se basa en la definición y evaluación de tres tipos de efectos: en primer lugar se atendió a los efectos o impactos directos, que se corresponderán con los satisfechos por los agentes «productores» u oferentes del bien económico Semana Santa. En segundo lugar, los efectos indirectos se refieren a los realizados por el público asistente, demandante de dicho bien económico. Por último y, por tratarse de los menos evidentes, se utilizó el análisis insumo-producto para aproximar los efectos inducidos sobre otras ramas de actividad y, por tanto, los efectos económicos totales que sobre la economía de La Antigua se derivan de la preparación y celebración de su Semana Santa.

Cabe indicar que el análisis insumo-producto se basa en un modelo económico conocido también como modelo de Leontief, (2) cuyo propósito fundamental es analizar la interdependencia que existe entre los distintos sectores productivos que conforman una economía. Este modelo muestra cómo las salidas de una industria (productos) son, a su vez, las entradas de otra (insumos), explicitando la interrelación entre ellas. El modelo de insumo-producto se elabora a partir de datos económicos observados en un espacio geográfico (ya sea un país o una región dentro del mismo). La información se ordena en forma de un cuadro de doble entrada (matriz) que contiene la producción industrial de la región de que se trate, agrupada en sectores. Cada sector agrupa actividades que tienen diferentes ritmos de consumo y producción de bienes. Parte de la producción de un sector (producto) puede ir al consumo (insumo) de otro distinto sector dentro de la región bajo estudio. La matriz resultante (o tabla de insumo-producto), con sus interdependencias, se suele elaborar con datos procedentes de intervalos anuales; los intercambios de bienes suelen indicarse como ventas, compras o bienes físicos, pero es habitual que las unidades de medida empleadas se expresen en términos monetarios.

El impacto económico de la Semana Santa en La Antigua se refiere, entonces, a la cuantificación del impacto generado por el gasto realizado por parte de cada uno de los sujetos o agentes que participan en este acontecimiento, tanto desde el lado de la oferta como de la demanda. Esta aproximación que, como se indicó, sigue los criterios de los estudios de impacto económico o «método de los efectos», distingue tres tipos de impactos, en función de los distintos flujos de gasto. En síntesis, la metodología de cálculo utilizada cuantifica los efectos económicos por el lado del gasto, es decir, se contabilizan los gastos (la demanda de bienes y servicios) que realizan los directamente involucrados en el evento (efecto directo)

y el público (efecto indirecto), así como los gastos «de segunda vuelta» (efectos inducidos) derivados de los dos mencionados.

Sin ánimo de ser exhaustivos, cabe señalar los siguientes supuestos o limitaciones inherentes a todo modelo de esta naturaleza:

- Es un modelo de corto plazo, pues supone la constancia de los coeficientes estructurales de un año dado y proporciona los efectos que un *shock* de demanda exógena tiene en el período considerado;
- La estructura productiva es constante y no se ve afectada por la inversión realizada para llevar a cabo la actividad específica, en este caso, la celebración de la Semana Santa; y,
- El modelo insumo-producto es lineal y no contempla ni sustitución de factores, ni economías de escala.

La recopilación de la información básica para calcular los efectos directo e indirecto demandó la realización de una serie de encuestas. Previo a la Semana Santa, se realizó una prueba piloto el quinto domingo de Cuaresma (10 de abril de 2011), ya que es uno de los días con mayor afluencia de personas que se congregan en Antigua Guatemala para observar el cortejo procesional de Jesús Nazareno de San Bartolo. El objetivo de esta prueba piloto fue probar la boleta de encuesta diseñada, así como la metodología a emplear para la recopilación y análisis de los datos.

Una vez efectuada exitosamente la encuesta piloto, con la metodología e instrumentos aprobados, se realizó la recopilación de la información en la Semana Santa. Para el efecto, se llevó a cabo el levantamiento de la información, cubriendo las actividades de las iglesias, las velaciones y procesiones en la Semana Santa. El tamaño de la muestra se obtuvo aplicando la inversa de un factor estadístico de expansión a las estimaciones de la población total. Nuestras estimaciones dan cuenta que el total de asistentes en calidad de público a las celebraciones de la Semana Santa en La Antigua Guatemala ascendería a unos cuatrocientos cincuenta mil, aproximadamente, incluyendo residentes y foráneos. El total de residentes en 2011, según estimaciones demográficas realizadas por el Instituto Nacional de Estadística con base en el censo poblacional de 2002 sería de unos cuarenta y cinco mil cien, de los cuales unos veintitrés mil serían mayores de edad y, por ende, consumidores desde el punto de vista económico. Por su parte, la cifra total de foráneos se estimó en alrededor cuatrocientos mil, de los cuales unos trescientos mil serían consumidores mayores de edad. La cifra del total de foráneos se aproximó por dos vías: por un lado, con base en el número de vehículos ingresados y el número promedio de ocupantes por vehículo (la Municipalidad extendió unos ochenta mil marbetes de estacionamiento y reportó unos trescientos sesenta buses que ingresaron en la Semana Santa); por otro lado, el INGUAT estimó en unos sesenta y cinco mil el número de turistas extranjeros en ese período, los cuales –según nuestras encuestas– representan el 14% del total de foráneos en La Antigua para esas fechas.

Para asegurar la aplicación correcta de la metodología se implementaron sistemas de supervisión, seguimiento y monitoreo de carácter sustantivo, en los diferentes tipos de boleta. El método estadístico empleado fue el muestreo estratificado por áreas; la muestra fue de mil quinientas personas; el método de recolección fue por entrevista directa; la cobertura geográfica fue la Cabecera Departamental de Antigua Guatemala; la fuente de información las personas que asistieron a los eventos; y, la fecha de recopilación de información del 17 al 24 de abril del 2011 (Semana Santa) y del 25 al 28 de abril se completo información de los restaurantes y hoteles.

Con la boleta utilizada se captó la información de las variables siguientes:

Boleta de Residentes y Foráneos:

- Características demográficas
- Frecuencia y motivación de la visita
- Gastos en productos culturales
- Gastos efectuados en Semana Santa
- Características socioeconómicas
- Antigua Guatemala como destino turístico

Encuesta a Hosteleros (Restaurantes y hoteles) y Vendedores Ambulantes y de plaza (informales):

- Características demográficas y sectoriales
- Flujos económicos de la Semana Santa

Entrevista con Hermandades:

- Características demográficas
- Flujos generados para las actividades de Semana Santa
- Valoración del evento

Los datos fueron obtenidos mediante entrevista directa a las personas mayores de 18 años que participaban en el evento procesional, velación o actividades de la iglesia católica.

La captura de los datos se llevó a cabo en forma electrónica, utilizando un programa de cómputo desarrollado para el efecto. Esta actividad se realizó en cuatro etapas: revisión y crítica de la información, codificación, digitación y validación. Posteriormente, validados los datos se utilizó programa SPSS para la estructuración, cruce de datos y análisis estadístico.

## Los «productores» de la Semana Santa como bien económico

Los agentes que producen el bien económico Semana Santa son, en primer lugar, las Hermandades, así como todos sus proveedores y colaboradores; luego están las instituciones públicas colaboradoras (básicamente la Municipalidad) y, por supuesto, los espontáneos elaboradores de las tradicionales alfombras de aserrín antigüeñas.

Partimos del análisis de las Hermandades en el plano de su financiación y de su estructura de gasto; este enfoque nos conduce a determinar quiénes son sus proveedores, sus insumos y la posible existencia de otros actores involucrados en atender las demandas de estas instituciones, con lo cual podemos reconocer lo que sería la «industria» de la Semana Santa de La Antigua Guatemala.

Siete Hermandades participan en las celebraciones: la Hermandad de la Consagrada Imagen de Jesús Nazareno de la Merced (del templo de La Merced), la Hermandad de la Consagrada Imagen de Jesús Nazareno del Perdón (del templo San Francisco), la Hermandad de la Consagrada Imagen de Jesús Nazareno de la Humildad (de la aldea de San Cristóbal El Bajo), la Hermandad de la Consagrada Imagen de Jesús Sepultado de San José Catedral (de la Iglesia Catedral), la Hermandad de la Consagrada Imagen de Jesús Nazareno del Milagro (de la aldea de San Felipe de Jesús), la Hermandad de las Consagradas Imágenes de Jesús Sepultado y Santísima Virgen de Soledad (del templo de la Escuela de Cristo), y la Hermandad de la Consagrada Imagen de Jesús Sepultado de San Felipe (también de la aldea de San Felipe de Jesús). Todas ellas destacan por su carácter tradicional y, muchas de ellas, por su antigüedad.

Estas Hermandades son el eje clave de la celebración de la Semana Santa antigüeña. Su importancia descansa en su cometido principal, el cual posibilita el fenómeno cultural y turístico, la preparación y puesta en marcha de los cortejos procesionales, el resguardo de gran parte del patrimonio material e inmaterial de la celebración y la participación en otros actos religiosos y culturales. Es menester destacar que las Hermandades son asociaciones tradicionales integradas voluntariamente por sus miembros, por lo que cada Hermandad cuenta con sus propios recursos y patrimonio, cuya valoración monetaria sólo podría hacerse desde un punto de vista artístico-cultural, lo cual excede de la intención del presente trabajo, cuyo interés es el de estimar el valor de los flujos que se generan y no el de acometer la difícil tarea de cuantificar los patrimonios respectivos de las Hermandades.

Para la elaboración de este estudio se realizaron entrevistas y encuestas a las Hermandades, lográndose determinar un flujo de ingresos que permite aproximar las fuentes de financiamiento, y los valores asociados a las mismas, que constituyen los recursos básicos con los que las Hermandades logran llevar a cabo su aporte esencial al evento religioso, cultural y económico de la Semana Santa. En el cuadro 1 se resumen tales ingresos para la Semana Santa de 2011. Como se puede apreciar, las dos terceras partes de los ingresos los obtienen las Hermandades como producto de la adquisición de «turnos» (derechos para cargar el

anda procesional durante una cuadra) por parte de los devotos cargadores. También destaca el hecho de que los aportes de los propios hermanos contribuyen con más de 10% del total de los ingresos de las hermandades, lo que da una señal inequívoca del grado de compromiso que incorpora la pertenencia a este tipo de entidades religiosas. Conviene hacer hincapié en el hecho de que, a diferencia de lo que ocurre en otras realidades (como las de las Hermandades y Cofradías de Sevilla o Córdoba, en España, donde los subsidios estatales representan la mayor parte de sus ingresos), el aporte de los subsidios provenientes del sector público (en nuestro caso, de la Municipalidad) no llega ni al 5% del total de ingresos.

**INGRESOS DE LAS HERMANDADES**  
**-En Quetzales-**

CONCEPTO	Valor	%
Aportes de los miembros	186,300	10.1%
Actividades culturales	168,000	9.1%
Turnos	1,224,220	66.3%
Municipalidad	81,900	4.4%
Patrocinadores	187,000	10.1%
<b>TOTAL</b>	<b>1,847,420</b>	<b>100.0%</b>

FUENTE: Encuestas realizadas durante Semana Santa

Cuadro 1. Ingresos de las hermandades

Resulta obvio que la organización y realización de un cortejo procesional implica para las hermandades un gasto cuyos recursos se obtienen a través de actividades como rifas, bingos, recaudaciones y venta de souvenirs. Pero, como se indicó, el principal ingreso lo obtienen a partir de la venta de turnos, es decir el derecho de los cargadores o cucurucho a cargar el anda procesional de la imagen de su devoción.

Alrededor de la actividad de las Hermandades gira un gran volumen de actividades económicas relacionadas con los trabajos preparatorios y los encargos que las Hermandades hacen a empresas, técnicos y artesanos tanto en Semana Santa como a lo largo de todo el año. Tales actividades contribuyen a la generación y mantenimiento del patrimonio artístico y cultural que configura a las Hermandades como las productoras originarias del bien económico «Semana Santa en La Antigua».

Existen también otras ramas productivas beneficiadas por la actividad de las Hermandades que, sin depender excesivamente de ella, le suministran una cantidad importante de sus productos, tal es el caso de un amplio abanico de actividades de las que dependen las hermandades para llevar a cabo los eventos y actividades surgidas a lo largo del año (diseño y artes gráfica, floristerías, confección de túnicas, carpinterías, etcétera).

Por otro lado, aunque se indicó que las Hermandades generan ingresos, estos no tienen un fin lucrativo, por lo que el análisis de su impacto económico lo hacemos, en el apartado siguiente, por el lado de la oferta relacionado, en este caso, por el gasto que realizan las hermandades antigüeñas. Los datos numéricos esenciales se presentan en el cuadro 2, en donde se aprecia la relación entre la cantidad de cargadores y la de hermanos es ochenta y siete a uno, aunque con variaciones grandes entre una Hermandad y otra, debido a la existencia de hermandades muy pequeñas (en número de hermanos y cargadores) en comparación con otras que aglutinan a un elevado número de participantes por la popularidad y devoción que generan sus imágenes o procesiones.

Concepto	Mujeres	Hombres	Total
Miembros de la Hermandad	75	244	<b>319</b>
Cargadores	6,316	21,455	<b>27,771</b>
Colaboradores	82	27	<b>109</b>
Sayones contratados			<b>873</b>

FUENTE: Encuestas realizadas durante Semana Santa 2011

Cuadro 2. Número de participantes en las hermandades

Dada la importancia del número de cargadores, vale la pena resaltar el efecto económico que resulta de los gastos que estos realizan para participar en las procesiones que, aparte de la compra del correspondiente «turno», incluye las compras que realizan con la finalidad de prepararse para asistir y participar en los actos y desfiles procesionales. En particular, conviene tener presente el gasto correspondiente a la indumentaria del cucurucho, que incluye las túnicas, calzado, guantes, etcétera, además de insignias, linternas y otros complementos que pueden alcanzar un desembolso nada despreciable. De acuerdo a los resultados de las encuestas, los más de veintisiete mil cucuruchos gastaron en 2011 unos cuatrocientos cuarenta mil quetzales. Aunque dicho gasto puede parecer que arroja un bajo desembolso per cápita, hay que considerar que la mayor parte de la indumentaria y complementos no necesariamente se renuevan cada año, ya que pueden utilizarse durante varios años y, en algunos casos, pueden ser propiedad de la Hermandad.

Siguiendo con el análisis de la oferta (es decir, los sectores que contribuyen al proceso de creación de la Semana Santa en La Antigua), debe mencionarse el rol de los técnicos y artesanos que laboran en la preparación de altares y, especialmente, andas procesionales. Estos proveedores son agentes de gran relevancia en la producción del bien económico Semana Santa, dada su especialización y dedicación a las labores de carácter sacro, que los constituye en un sector peculiar, complejo de analizar con los parámetros y criterios empresariales habituales, tanto por su diversidad y riqueza como por el elevado componente artístico que posee. Destacan las labores de diseño, carpintería, pintura, imaginería, orfebrería, bordados y otras actividades productivas o comerciales relacionadas.

Los adornos de las andas procesionales suelen tener un costo elevado. Mientras más grande es el anda más recursos se requieren. Antiguamente se contrataban artistas que proyectaban en una maqueta el futuro adorno. Hoy las hermandades cuentan entre sus miembros con diversidad de artistas, artesanos y personas de otros oficios, como electricistas, para realizar el adorno. Cabe señalar que el apoyo que las hermandades reciben de la Iglesia les permite reducir costos potencialmente sustanciales en los que incurrirían si, en lugar de trabajar la elaboración de las andas en los templos, tuviesen que alquilar talleres o bodegas para tales efectos; asimismo, el apoyo de los párrocos, parroquias y templos es esencial en cuanto a servir de custodios de los bienes y patrimonio de las hermandades.

Especial mención debe hacerse a la contratación de las bandas musicales que acompañan a los cortejos procesionales, las cuales agregan un aspecto de fomento a la cultura musical y, en algunos casos, de preservación de un patrimonio tradicional guatemalteco, como lo es la composición e interpretación de marchas fúnebres. Las marchas fúnebres son ejecutadas por un grupo de filarmónicos que son contratados por las diversas hermandades. Estos días representan para los músicos una oportunidad de obtener un recurso en dinero importante. El gasto de contratación de las bandas musicales es, junto a los gastos del adorno de las andas procesionales, los dos gastos más fuertes de las hermandades. Las bandas musicales pueden estar conformadas desde veinte músicos hasta más de ochenta. Todas las hermandades contratan dos grupos: una banda con mayor cantidad de músicos que acompaña la imagen de Jesús y otra de menor tamaño que acompaña la imagen de la Virgen.

Todos estos técnicos, artistas, artesanos y músicos, generan actividades económicas impulsoras de la cultura tradicional y del crecimiento económico general. Sus labores tienen un carácter conservador de la identidad cultural de los pueblos guatemaltecos, a causa de estar unidas a su historia, costumbres y economía, lo cual resulta de sumo valor en la sociedad actual que confronta las tendencias imperantes de la globalización. Estas labores generan productos de carácter exclusivo y con un alto componente artístico-técnico desde el punto de vista de la etimología de la palabra arte; de ahí que sea relevante que tanto el sector público como el privado procuren su conservación e impulso, ya que tienen un peso específico en la preservación de la identidad cultural y, en el caso de La Antigua Guatemala, por la repercusión económica que genera en la celebración de la Semana Santa.

Por otra parte, hay que mencionar el papel fundamental que desarrolla la Municipalidad para el desarrollo de las celebraciones de la Semana Santa, el cual tiene que ver con las labores de limpieza, apoyo logístico (parqueos, grúas, policía de tránsito, etcétera), las cuales se desempeñan no sólo durante la Semana Mayor, sino que a lo largo de toda la cuaresma. Otros servicios cuya cuantificación no se ha explicitado incluyen la cesión de áreas municipales para que allí se efectúen actividades relacionadas a la celebración, tanto de naturaleza religioso-cultural, como de logística. Merece la pena indicar que la Municipalidad financia la prestación de estos servicios mediante la obtención de ingresos extraordinarios que, a su vez, se relacionan cercanamente con la celebración de la Semana Santa. En el cuadro 3 se

resumen los ingresos que obtiene la Municipalidad de la Antigua durante la Cuaresma y la Semana Santa.

### INGRESOS DE LA MUNICIPALIDAD

-En Quetzales-

CONCEPTO	Cuaresma	S. Santa
Cobro de marbetes	Q 612,639	Q 408,426
Patrocinadores	Q 148,681	Q 99,121
Piso Plaza	Q 35,220	Q 23,480
Cepos y multas	Q 133,210	Q 88,807
<b>TOTAL</b>	<b>Q 929,750</b>	<b>Q 619,833</b>

Fuente: Elaboración propia con base en los datos para 2011

publicados en *El Herald* de la Antigua Guatemala, No. 39

Cuadro 3. Ingresos de la municipalidad

Por otra parte, la producción del bien económico Semana Santa cuenta con el aporte que realizan las autoridades de gobernación en materia de seguridad ciudadana, cuyo efecto se cuantifica en el apartado siguiente. Finalmente, el evento económico-cultural bajo estudio tiene un componente *sui generis* que, junto con el escenario monumental que de por sí aporta la ciudad de La Antigua, le confiere un atractivo irrepetible: las alfombras elaboradas por los residentes y espontáneos colaboradores que, de público, se convierten en partícipes de la producción de la Semana Santa. Estos creadores de arte efímero se confunden, y son uno mismo, con los visitantes y residentes (es decir, el público) que se describe en el apartado siguiente y su aporte económico se cuantifica en el próximo capítulo.

#### La demanda de la Semana Santa: el público asistente

Desde la perspectiva de la demanda, los espectadores o consumidores pueden clasificarse en residentes y visitantes, clasificación que tendrá implicaciones sobre el gasto que realizan, los bienes y servicios que requieren con motivo de su asistencia y, en consecuencia, sobre las distintas ramas de la actividad económica (restaurantes, hoteles, comercio, etcétera).

La estimación de estos efectos económicos indirectos derivados de los consumos efectuados por los asistentes (tanto los visitantes como los residentes) se convierte en un cometido básico de este estudio, siendo uno de los más difíciles de cuantificar, como se verá más adelante. Pero antes vale la pena apreciar otras cuestiones que han de ser tenidas en consideración para comprender en toda su magnitud la relevancia del fenómeno de la Semana Santa desde el punto de vista de la demanda, tales como las razones que se argumentan acerca del motivo de la asistencia o la opinión que tienen sobre el valor cultural, artístico y patrimonial de esta conmemoración. Para el efecto se realizaron un total de mil quinientas encuestas, llevadas a

cabo a pie de calle en puntos estratégicos antes, durante y después del paso de las procesiones, así como en determinados puntos de interés turístico. Los escasos datos demográficos relacionados con la celebración, así como la información circunstancial disponible nos han permitido hacer el cálculo aproximativo del número total de asistentes, residentes y visitantes, para poder extrapolar los resultados de la encuesta y, en consecuencia, las partidas económicas correspondientes a uno u otro grupo.

Partiendo del enfoque económico de esta investigación, la cuestión más importante de la encuesta resulta ser el gasto en el que se ha incurrido con motivo de su asistencia a las procesiones y demás actos conmemorativos de la Semana Santa en La Antigua Guatemala, aunque sin olvidar otros aspectos relevantes en relación a la valoración del evento por parte de los visitantes y la importancia que esta festividad tiene en opinión de los residentes de la ciudad.

Respecto del perfil básico de los encuestados, cabe mencionar, en primer lugar, que los residentes de La Antigua cumplen una doble función dentro del fenómeno cultural de la Semana Santa pues son productores del evento como participantes directos y, simultáneamente, son consumidores en la medida en que asisten a las distintas manifestaciones culturales de esta celebración. Apenas un 4% de los residentes antigüeños no participa en ninguna actividad de la Semana Santa, por lo que el ciudadano antigüeño se constituye en un actor central de este evento cultural. Al mismo tiempo, los residentes son consumidores que, como público asistente, también aportan en esa calidad a generar un valor económico.

Evidentemente, el grueso del segmento del público asistente a la Semana Santa de La Antigua está compuesto por foráneos, tanto guatemaltecos como extranjeros. De acuerdo con los resultados de las encuestas efectuadas, la mitad de los foráneos está en el grupo de entre 25 y 44 años, un 31% es mayor de esa edad, y un 19% es menor que ese rango. Conviene indicar que aproximadamente el 86% de los visitantes a La Antigua durante la Semana Santa son guatemaltecos. Del restante 14% (de origen extranjero), la mayoría (52%) proviene de Centroamérica (sobresaliendo los visitantes de El Salvador), seguidos en orden de importancia por los europeos (18% del total de visitantes extranjeros) y estadounidenses (17%).

El nivel socioeconómico relativamente acomodado de los visitantes que se deduce de las encuestas conlleva lógicamente un nivel de gasto que contribuye a generar un efecto multiplicador en la actividad económica generado por la Semana Santa, tal como veremos en el siguiente apartado. Dicho efecto ocurre a través de los lugares y actividades a los que el visitante promedio acude durante las celebraciones, en los cuales realiza consumiciones y que se decanta por visitar los sitios religiosos (32%), los museos y sitios arqueológicos (25%), los lugares de gastronomía (16%) y de artesanías (13%).

## Impacto económico: el efecto directo

En cuanto a los efectos directos que generan los sujetos que «producen» el bien económico Semana Santa, podemos distinguir, en primer lugar, los gastos en los que incurren las Hermandades. El resultado de dichas entrevistas realizadas a las Hermandades indica que, de acuerdo los gastos efectuados por ellas, el efecto directo incurrido por las hermandades asciende a un millón ochocientos ochenta y nueve mil, cuatrocientos treinta y cinco quetzales, según se aprecia en el cuadro 4.

### EFECTO DIRECTO 1 GASTOS DE LAS HERMANDADES -En Quetzales-

CONCEPTO	Valor
<b>POR VELACIÓN</b>	
Decoración	Q 138,500
Iluminación	Q 11,350
Música	Q 28,200
Varios	Q 35,750
<b>SUBTOTAL</b>	<b>Q 213,800</b>
<b>POR PROCESIÓN</b>	
Vestimenta imagenes	Q 154,200
Decoracion	Q 425,000
Iluminacion	Q 22,700
Musica	Q 691,000
Sayones	Q 79,235
Varios	Q 68,100
<b>SUBTOTAL</b>	<b>Q 1,440,235</b>
<b>VARIOS</b>	
Elaboracion sagranos	Q 24,000
Publicidad	Q 27,000
Revistas	Q 25,500
Artesanos	Q 10,000
Flores	Q 5,000
Carpinteria	Q 10,000
Decoradores	Q 25,000
Musicos	Q 38,400
Logistica	Q 18,200
Publicidad	Q 14,700
Sonido	Q 37,600
<b>SUBTOTAL</b>	<b>Q 235,400</b>
<b>TOTAL</b>	<b>Q 1,889,435</b>

FUENTE: Encuestas realizadas durante Semana Santa 2011

Cuadro 4. Gastos de las hermandades

También las entidades de gobierno contribuyen de manera directa al proceso de producción económica de la Semana Santa antigüeña. Por una parte, la corporación municipal contribuye mediante la prestación de servicios públicos que generan gastos inherentes a la mejor acomodación de las calles de La Antigua para acoger a un fenómeno de esta magnitud y para prestar servicios a los ciudadanos con motivo de la celebración de la Semana Santa. Para estimar estos gastos se contó con información proporcionada por la Municipalidad respecto de sus estimaciones de gastos para el tiempo de la Cuaresma. Según estimaciones de los técnicos municipales, de esos gastos cuaresmales, aproximadamente unas dos terceras partes son incurridos durante la Semana Santa, pues en dicha semana se concentra la contratación de personal extraordinario, que consume la mayor parte del presupuesto de gastos. En el cuadro 5 se presenta la descripción de dichos gastos, que ascienden a novecientos sesenta y siete mil trescientos treinta y seis quetzales.

**EFFECTO DIRECTO 2a**  
**GASTOS DE LA MUNICIPALIDAD**  
**-En Quetzales-**

CONCEPTO	Cuaresma	S. Santa
<b>PERSONAL</b>		
Personal p/cobro de ingreso, p/parqueos, p/kioscos de información, de Grúas y de abastecimientos	Q 848,114	Q 608,138
<b>TRANSPORTES</b>		
grúas, tren de limpieza, alquiler de vehículos (motos), vehículos municipales, etc.	Q 264,008	Q 176,006
<b>PUBLICIDAD</b>		
añiches, mapas de recorridos procesionales, señalización de los recorridos, spot de radios y televisión	Q 126,870	Q 84,580
<b>GASTOS VARIOS</b>		
baños móviles, uniformes personal de cuaresma, alimentación de personal y personal de apoyo y primeros auxilios	Q 147,918	Q 98,612
<b>TOTAL</b>	<b>Q 1,386,910</b>	<b>Q 967,336</b>

FUENTE: Elaboración propia con base en Municipalidad de La Antigua Guatemala

Cuadro 5. Gastos de la municipalidad

Por otra parte, el gobierno central también aporta económicamente a la Semana Santa en La Antigua mediante la prestación de servicios de seguridad pública. De acuerdo con la información proporcionada por las autoridades del Ministerio de Gobernación, se asignaron trescientos agentes policiales para resguardar la ciudad durante la semana mayor. Los costos derivados de la prestación de dicho servicio, que se estiman en trescientos cuarenta y siete mil cuatrocientos veinticinco quetzales.

Por último, otro sujeto fundamental que participa de forma directa en la producción del bien económico-cultural de la Semana Santa en La Antigua es el voluntariado conformado por los residentes, quienes elaboran las coloridas alfombras de aserrín y flores que caracterizan dicha celebración popular, y quienes también incurren en gastos de vestuario y complementos para participar como cargadores (cucuruchos) en las procesiones y actos religiosos. En este sentido, los ciudadanos antigüeños juegan un doble papel en la generación de valor económico durante la celebración: son, por un lado, productores centrales del bien económico en cuanto corresponde a la elaboración de las alfombras (que forman una parte central de la manifestación cultural de la Semana Santa antigüeña) y a su participación en las procesiones, y, por otro lado, cumplen también el papel de público asistente, generando un efecto indirecto que describiremos en el apartado siguiente.

Las estimaciones del valor económico de las alfombras populares y del costo del vestuario de los residentes participantes en las procesiones y actos religiosos se basan en la información recabada en las encuestas a residentes, en las que se incluyeron preguntas que permitieron revelar un estimado del costo en el que incurren los residentes por metro lineal de alfombra por concepto de los materiales utilizados en su elaboración. También se obtuvo una estimación del tiempo que los residentes estiman utilizar en la elaboración de las alfombras, al cual se le asignó un costo de mano de obra en función del salario mínimo vigente en el país. Asimismo, se obtuvo un estimado del costo de las túnicas y complementos de vestuarios de los residentes que participan en las procesiones y actos religiosos. Con base en dichos datos, el gasto de los residentes como productores del bien económico Semana Santa se estimó en ochocientos cincuenta y un mil setecientos cuarenta y cinco quetzales.

En resumen, el conjunto de efectos directos generados en el proceso de producción de este fenómeno cultural y económico es la suma de los distintos sujetos en que hemos ido descomponiendo el origen del gasto (hermandades, entidades de gobierno y participantes espontáneos), el cual arroja un monto de cercano a los cuatro millones cien mil quetzales. Aunque este importe resulta relativamente modesto, la estimación de los efectos indirectos, como veremos a continuación, va a superar ampliamente esta cifra.

### **Impacto económico: el efecto indirecto**

Los efectos indirectos de la Semana Santa en La Antigua son mayoritariamente atribuibles a la capacidad de atracción de visitantes y turistas, así como a los demandantes locales (residentes en la ciudad). Desde esta perspectiva, para hacer la cuantificación económica es necesario incluir los gastos que realizan los visitantes o espectadores que, con motivo de su asistencia como público, se comportan como demandantes del bien económico-cultural Semana Santa y realizan consumos derivados de su presencia en la Ciudad Colonial. La mayoría son foráneos (no-residentes): una parte de ellos son turistas, ya sea que se alojen o no en la ciudad, los cuales repercuten sobre el sector hotelero, los restaurantes, el transporte

público, las compras de recuerdos en el pequeño comercio, etcétera. Por otra parte, también los residentes que salen a la calle con motivo de las procesiones de Semana Santa ocasionan un gasto indirecto que hemos tratado de calcular.

Tal como se presenta en el cuadro 6, podemos considerar que el gasto en que incurren los residentes de la ciudad en su condición de consumidores –es decir, como consecuencia de su asistencia a las procesiones, actos y conmemoraciones que representan la Semana Santa– rondaría, de forma agregada, los quince millones novecientos mil quetzales, cifra que, por sí sola, sin tener en consideración el aún mayor gasto de los visitantes y turistas, casi cuadruplica los efectos económicos directos derivados de la organización-producción del evento. Teniendo en cuenta que el número de residentes que se congregan con motivo de su asistencia a la Semana Santa (considerando únicamente a los mayores de edad) asciende a unas veintidós mil novecientos setenta personas, puede aproximarse que el gasto medio por persona durante este periodo festivo (al que acuden una media de seis días) rondaría los ciento quince coma cincuenta y siete quetzales diarios. Esta cuantía del gasto unitario incurrido con motivo de la celebración de la Semana Santa (resultante de dividir los quince millones novecientos mil quetzales entre los veintidós mil novecientos setenta residentes) parece bastante consistente y no exagerada, lo que apoya la validez de las estimaciones realizadas (que no dejan de ser, claro está, una aproximación).

**EFFECTO INDIRECTO 1**  
**GASTOS DE RESIDENTES**  
**Población mayor de 18 años**  
**-En Quetzales-**

concepto	valor
Transporte	Q 2,071,578
Culturales	Q 1,490,007
Comida y bebidas	Q 9,574,661
Compras varias	Q 2,791,099
<b>TOTAL RESIDENTES</b>	<b>Q 15,927,345</b>

FUENTE: Encuestas realizadas durante Semana Santa 2011

Cuadro 6. Gastos de residentes

Por su parte, el gasto indirecto en que incurren los visitantes (foráneos) en La Antigua Guatemala con motivo de la Semana Santa se estima en un importe total cercano a los doscientos treinta y seis millones cuatrocientos mil quetzales, según el detalle que se describe en el cuadro 7. Entre los componentes del gasto efectuado por los foráneos destaca, por un lado, el gasto de bolsillo (para atender las compras diarias) que ascendería a un monto global de treinta millones ochocientos mil quetzales y que significaría un gasto diario por persona cercano a los treinta y tres como noventa y cuatro quetzales, teniendo en cuenta que el número de foráneos visitantes (mayores de edad) en esas fechas se estimó en trescientos dos mil cincuenta y nueve y su estadía promedio fue de tres días. Otro componente del gasto en que

incurre el visitante en La Antigua por motivo de su Semana Santa, y que es el de mayor cuantía, se refiere al consumo en alimentos y bebidas, cuyo importe total ascendería a ochenta y cinco millones cien mil quetzales; en términos unitarios, resultaría que el gasto por persona en alimentación por motivo de su viaje a La Antigua asciende a casi noventa y cuatro quetzales diarios. Otro rubro de importancia en el gasto de los foráneos visitantes es el del transporte, que ascendió a unos cincuenta y seis millones cuatrocientos mil quetzales, que se explica en gran medida porque muchos de los visitantes no pernoctan en la ciudad sino que se trasladan desde la Ciudad de Guatemala. Sumando todos los componentes del gasto de los foráneos, se arriba a un gasto promedio por visitante de doscientos sesenta coma ochenta y cinco quetzales diarios.

**EFFECTO INDIRECTO 2  
GASTOS DE FORÁNEOS  
Población mayor de 18 años  
-En Quetzales-**

concepto	valor
Transporte	Q 56,378,427
Culturales	Q 4,549,771
Comida y bebidas	Q 85,136,885
Compras variadas	Q 30,753,032
Entradas a museos y eventos	Q 4,754,250
Culturales	Q 5,342,883
Alojamiento	Q 49,461,356
<b>TOTAL</b>	<b>Q 236,376,603</b>

FUENTE: Encuestas realizadas durante Semana Santa 2011

Cuadro 7. Gastos de foráneos

La agregación de todos los gastos indirectos descritos, es decir, del gasto total generado por los visitantes (tanto de aquellos que visitan por el día, como de aquellos que se quedan a pernoctar una o varias noches, incluyendo nacionales y extranjeros) más el provocado por los residentes con motivo de su asistencia a la Semana Santa, supone un monto total de doscientos cincuenta y dos millones trescientos mil quetzales. De estas cifras se deduce con claridad que la Semana Santa antigüeña se trata de un fenómeno económico-cultural altamente costo-efectivo, pues el efecto indirecto que genera el público asistente es más de sesenta y dos veces superior al costo (efecto directo) que genera su producción.

### Impacto económico: el efecto inducido y total

Los efectos directos e indirectos que acabamos de explicitar presentan una contrapartida: esos gastos son, simultáneamente, ingresos de quienes vendieron los bienes y servicios adquiridos, lo que va a repercutir sobre un conjunto de ramas productivas de la economía local y regional. Estos ingresos, además, no actúan de una sola vez, sino que repercuten sobre el

tejido productivo a través de la interrelación que existe entre las distintas ramas de actividad económica, en un efecto multiplicador del gasto (conocido como «multiplicador keynesiano»). Este efecto multiplicador del gasto puede estimarse aplicando el método de contabilidad social conocido como «análisis insumo-producto», que hemos descrito brevemente en el apartado anterior.

Este método trata de medir los efectos que produce una variación en la demanda final de bienes y servicios sobre el conjunto del sistema productivo, utilizando para el efecto la matriz de Insumo-Producto disponible y que corresponda al sistema económico bajo estudio. Al respecto, hubiese sido ideal contar con dicha matriz para La Antigua (y para el año 2011), pero las limitaciones estadísticas del país únicamente permiten que se disponga de una matriz de insumo-producto para el total de la economía guatemalteca y referida al año 2001, según la estimación oficial del Banco de Guatemala. Cabe señalar que dicha matriz constituye un instrumento económico que permite ver la estructura económica del país y mostrar las interrelaciones entre todos los agentes de la economía. La validez como herramienta analítica de la matriz de Insumo-Producto resulta incuestionable, aunque debe señalarse que con su utilización en nuestra investigación se introduce, posiblemente, el mayor límite a la fiabilidad de este trabajo. Este *handicap* está causado por la inexistencia de estadísticas de cuentas nacionales a nivel de las regiones del país, por lo que debemos conformarnos con las disponibles para el ámbito nacional. De este modo, estamos suponiendo que la estructura sectorial de la economía antiguëña es un reflejo de la economía del país en su conjunto.

Para propósitos del presente estudio se construyó la matriz de Insumo-Producto mediante la agregación de los distintos sub-sectores que aparecen en la matriz de Oferta y Utilización que el Banco de Guatemala calculó para el año 2001 como parte del Sistema de Cuentas Nacionales. Esta agregación, además de permitir una simplificación en el número de sectores económicos, tuvo como fin el lograr una matriz cuadrada que permitiese su manipulación mediante técnicas de álgebra matricial. La matriz de Insumo-Producto que se calculó para este ejercicio se presenta en el cuadro 8.

MATRIZ DE INSUMO-PRODUCTO								
miles de quetzales de 2001								
Industrias / Productos	Demanda Intermedia						Demanda Final	VBP
	Agropecuario	Industria	Comercio	Transporte	Otros servicios	Total		
Agropecuario	777,078	10,571,598	353,919	480,385	721,331	12,904,312	23,758,060	36,662,372
Industria	4,088,007	44,344,065	9,478,397	3,218,925	3,533,962	64,663,357	98,724,710	163,388,067
Comercio	237,812	609,054	485,275	133,424	845,305	2,310,870	29,451,246	31,762,117
Transporte	182,780	573,238	707,582	326,747	256,616	2,046,964	4,570,190	6,617,154
Otros servicios	359,045	4,322,428	5,236,987	2,428,672	11,085,037	23,432,169	51,230,009	74,662,178
<b>Consumo intermedio</b>	<b>5,644,723</b>	<b>60,420,383</b>	<b>16,262,161</b>	<b>6,588,154</b>	<b>16,442,252</b>	<b>105,357,673</b>		
<b>Valor Agregado</b>	<b>26,143,194</b>	<b>63,663,541</b>	<b>74,251,694</b>	<b>12,984,915</b>	<b>30,690,871</b>		<b>207,734,215</b>	
<b>VBP</b>	<b>31,787,917</b>	<b>124,083,925</b>	<b>90,513,855</b>	<b>19,573,069</b>	<b>47,133,123</b>			<b>313,091,887</b>

FUENTE: elaboración (agregación) propia, con base en la matriz de Oferta y Utilización calculada por el Banco de Guatemala para 2001

Cuadro 8. Matriz de Insumo-Producto

Las columnas de la matriz de insumo-producto representan la estructura de costos de cada sector. Si se divide el valor de cada insumo entre el valor bruto de la producción –VBP- correspondiente (el total de la columna), se obtienen los coeficientes técnicos (que registran la necesidad de insumos de cada sector para producir una unidad del producto que dicho sector produce). Para medir las necesidades de producción de cada sector ante un cambio de la demanda final (en nuestro caso, un cambio en la demanda debido a los efectos directos e indirectos calculados en el epígrafe anterior) se opera mediante álgebra de matrices para obtener lo que se llama la matriz inversa de Leontief, también conocida como la matriz de coeficientes directos e indirectos. En nuestro caso, para el cálculo de los efectos inducidos y totales se ha trabajado con la matriz inversa de Leontief nacional (cuadro 9) que se obtuvo a partir de la matriz de insumo-producto.

**Matriz de coeficientes directos e indirectos**

	Agropecuario	Industria	Comercio	Transporte	Otros servicios
Agropecuario	1.044537775	0.14096512	0.02144553	0.05429005	0.03561029
Industria	0.215622454	1.5972642	0.18105739	0.29488239	0.1672468
Comercio	0.009460562	0.01039245	1.00806709	0.0121089	0.02493287
Transporte	0.007346656	0.00883782	0.00946846	1.0197762	0.00849496
Otros servicios	0.027154551	0.07705184	0.08635996	0.1805957	1.31891476

Cuadro 9. Matriz de coeficientes directos e indirectos

Habiendo obtenido esta herramienta de cálculo, es posible entrar en el proceso de estimación para calcular los efectos inducidos. Con ese propósito se ha procedido, en primer término, a multiplicar la matriz de coeficientes directos e indirectos por el valor del efecto directo generado por los productores del evento económico Semana Santa que, como se indicó, ascendieron a cuatro millones cincuenta y cinco mil novecientos cuarenta quetzales, los cuales se distribuyeron por sector económico conforme a la estructura porcentual de la demanda final de la matriz insumo-producto nacional.

En el cuadro 10, en la parte superior se presenta la referida distribución del efecto directo según los sectores que lo generan; luego, en la parte inferior del cuadro se presenta el resultado de multiplicar los coeficientes por el vector de la demanda final de los agentes que «producen» la Semana Santa en La Antigua. Con ello se obtiene un «valor bruto de producción» generado por los efectos inducidos sobre la economía del área de La Antigua derivados de la preparación o producción de la Semana Santa, los cuales ascenderían a unos seis millones seiscientos mil quetzales. Este importe nos aproxima cuáles son los impactos que se generan sobre otras ramas de actividad que, en principio, son ajenas a este evento cultural. De este modo, el impacto total sobre la economía derivado sólo de los gastos directos sería anualmente de diez millones seiscientos mil quetzales.

**EFFECTO DIRECTO E INDUCIDO DEL DIRECTO**

<b>EFFECTO DIRECTO</b>	<b>Q</b>	<b>4,055,940</b>
Agropecuaria	Q	463,868
Industria	Q	1,927,567
Comercio	Q	575,026
Transporte	Q	89,231
Otros servicios	Q	1,000,249
multiplicado por matriz de coeficientes:		
<b>VBP inducido</b>	<b>Q</b>	<b>6,587,231</b>
Agropecuaria	Q	809,043
Industria	Q	3,476,567
Comercio	Q	630,105
Transporte	Q	125,381
Otros servicios	Q	1,546,135
<b>TOTAL</b>	<b>Q</b>	<b>10,643,171</b>

Cuadro 10. Efecto directo e inducido del directo

Este importe corresponde solamente a la suma del efecto directo más el efecto inducido por dicho efecto directo. A continuación corresponde estimar el valor, mucho mayor, de los efectos que el público asistente va a provocar sobre el tejido productivo local. En este sentido, en el cuadro 11 se expone de forma resumida el impacto que las demandas generadas por los residentes y visitantes van a provocar sobre las ramas de actividad económica y sobre la economía en su conjunto. De manera análoga a como se procedió con los efectos inducidos de los directos, y dado que el importe de los gastos indirectos se ha estimado en doscientos cincuenta y dos millones trescientos mil quetzales, los efectos inducidos de estos sobre el resto de ramas de la estructura productiva genera un importe adicional que ronda los cuatrocientos nueve millones ochocientos mil quetzales, de modo que el impacto total generado por el público, incluido los efectos de arrastre que sus demandas suponen, representa un monto superior a los seiscientos sesenta y dos millones.

**EFFECTO DIRECTO E INDUCIDO DEL DIRECTO**

<b>EFFECTO DIRECTO</b>	<b>Q</b>	<b>4,055,940</b>
Agropecuaria	Q	463,868
Industria	Q	1,927,567
Comercio	Q	575,026
Transporte	Q	89,231
Otros servicios	Q	1,000,249
multiplicado por matriz de coeficientes:		
<b>VBP inducido</b>	<b>Q</b>	<b>6,587,231</b>
Agropecuaria	Q	809,043
Industria	Q	3,476,567
Comercio	Q	630,105
Transporte	Q	125,381
Otros servicios	Q	1,546,135
<b>TOTAL</b>	<b>Q</b>	<b>10,643,171</b>

Cuadro 11. Efecto indirecto e inducido del indirecto

La agregación de los consumos directos (cuatro millones cien mil quetzales) en los que incurre la producción (preparación durante el año y puesta en salida durante los días de la conmemoración), sumados a los que se derivan de su demanda (por parte del público asistente) que produce efectos indirectos (doscientos cincuenta y dos millones trescientos mil quetzales), y sumados, a su vez, a los que cada uno de estos impactos van a suponer sobre el resto de la economía (efectos inducidos, por un importe de seis millones seiscientos mil y cuatrocientos nueve millones ochocientos mil quetzales, respectivamente), da como resultado la conjunción o suma de los dos efectos totales anteriores (es decir diez millones seiscientos mil quetzales + seiscientos sesenta y dos millones cien mil quetzales). De este modo, la suma de ambos importes supone un impacto total sobre la economía de seiscientos setenta y dos millones setecientos mil quetzales anuales, que se integran conforme se detalla en el esquema 1.



Esquema 1. Cuantificación de los efectos económicos de la Semana Santa en La Antigua 2011

Resulta significativo que la aportación de los principales agentes involucrados en la preparación y puesta en salida de los actos de la Semana Santa, tales como las Hermandades o la propia Administración Pública suponen una contribución bastante modesta, del 0.3% y 0.2%, respectivamente, lo cual es incluso menor de lo que acontece en otras latitudes en las que se han realizado estudios de impacto similares al presente, en donde también los productores directos del bien económico Semana Santa contribuyen con porcentajes bajos al valor total generado.

Por ello, la mayor parte de los efectos de actividad y producción en la economía local van a provenir de los efectos indirectos (casi el 37.5 por ciento del total), con una aportación más importante de los visitantes foráneos (35.1 por ciento). Es menester hacer hincapié en el destacado peso que tiene el impacto económico generado por los residentes anti-

güños (en torno al 3.9%): los residentes de La Antigua (ciudadanos, hermandades y autoridades), mediante la suma de su efecto directo, su efecto indirecto y su efecto inducido, contribuyen con un impacto económico equivalente a veintiséis millones seiscientos mil quetzales.

Es conveniente recordar que los efectos inducidos (que representan un 61.9% del impacto económico total de la Semana Santa en La Antigua) se refieren a ramas y sectores de actividad cuya relación con la Semana Santa antigüeña resulta tangencial o, dicho de otro modo, es muy posible que los agentes económicos involucrados en esos efectos inducidos no tengan consciencia clara del volumen de actividad que este fenómeno cultural-religioso les genera. En todo caso, uno de los aspectos que más destacan de estos hallazgos numéricos es cuán costo-efectiva es la celebración de esta fiesta popular: la generación de valor de producción derivada (es decir, los impactos indirectos sumados a los inducidos) es más de ciento sesenta y cinco veces mayor a los costos de producción de la celebración (es decir, los impactos directos).

Resultaría interesante poder disponer de un referente para comparar o ponderar hasta qué punto es importante para el país la cuantía del efecto total generado por la Semana Santa en La Antigua. En este sentido, debe tenerse en cuenta que las comparaciones con otros eventos culturales-religiosos resultan imposibles para el caso de Guatemala porque, pese a su exuberante riqueza cultural, no existen precedentes de este tipo de cálculos en el país. Sin embargo, a efecto de poder evaluar los órdenes de magnitud del impacto económico de la Semana Santa antigüeña, es factible utilizar como parámetro los estudios similares que se han realizado en otras ciudades. Específicamente, un estudio reciente aplicado a la ciudad de Córdoba, España (cuya metodología, en gran medida, se utilizó en el presente estudio para adaptarla al caso de La Antigua), arrojó una cifra de cuarenta y dos millones sesenta mil euros de impacto económico total generado por la Semana Santa cordobesa, equivalente a unos cuatrocientos treinta y siete millones de quetzales. En relación a la población, el impacto económico por habitante de la celebración de la Semana Santa en el municipio de Córdoba se aproximaría a los ciento treinta euros por persona (unos mil trescientos cincuenta quetzales); para el caso de La Antigua, el impacto por persona (ciudadana antigüeña mayor de 18 años) equivaldría a veintinueve mil doscientos ochenta y siete quetzales, lo cual da una magnitud del enorme efecto multiplicador de la Semana Santa antigüeña como fenómeno económico.

Para tener un parámetro a nivel nacional, cabe mencionar que el valor bruto de la producción nacional (a precios corrientes) en 2011 ascendió a unos quinientos mil millones de quetzales anuales. En términos relativos, el valor bruto de la producción generado por la Semana Santa en La Antigua (los seiscientos setenta y un millones setecientos mil quetzales que hemos estimado como impacto total) equivalen a un 0.13% del valor nacional; eso quiere decir que si ese valor generado en una sola semana se replicara a lo largo del año (cincuenta y dos semanas), el valor bruto de la producción generada por este evento cultural equivaldría a un

6.99% de la producción bruta nacional. Al tomar en cuenta que la población total de La Antigua (de alrededor de cuarenta y cinco mil habitantes en 2011) representa solamente un 0.3% de los catorce millones de guatemaltecos, es posible afirmar que, como acontecimiento económico, la Semana Santa en la Ciudad Colonial es un evento con un altísimo grado de expansión de valor productivo.

## Conclusiones

Un estudio como el que aquí se presenta tiene diversas aplicaciones, entre las que pueden mencionarse las siguientes:

- Para las autoridades, tanto a nivel de la Municipalidad de Antigua Guatemala como a nivel de la autoridad nacional de turismo y del Ministerio de Cultura y Deportes, les provee de insumos cuantitativos para la formulación de adecuadas políticas públicas sustentadas sobre datos verificables;
- Provee información para la valoración, gestión y conservación del patrimonio cultural (tangible e intangible), incorporando a los actores sociales y legítimos herederos y usuarios del mismo. Recordemos que uno de los principales retos que se enfrentan hoy en el campo de la conservación del patrimonio es precisamente la valoración del patrimonio cultural inmaterial y existe un interés cada vez mayor por identificarlo y protegerlo;
- Contribuye a orientar las decisiones de gestores, tanto del sector público como del privado y la sociedad civil, en cuanto a propuestas de financiamiento o inversión en relación a la importancia de esta manifestación cultural, a la vez de brindar herramientas para la justificación de la inversión en cultura desde los diferentes sectores, público y privado;
- Constituye un aporte pionero en este tipo de estudios en Guatemala, que inicia la experiencia y capacitación de un equipo humano especializado en el campo de la economía de la cultura en Guatemala, con lo cual abre la brecha para replicar este tipo de análisis a otras manifestaciones culturales en el territorio nacional y apuntala el camino hacia la construcción de una Cuenta Satélite de Cultura en el país.
- Revela datos que permiten asignar valor al fenómeno cultural de la Semana Santa y, con ello, impulsar esta celebración como una actividad económica propiamente dicha. Ello, a su vez, da herramientas para vislumbrar una explotación equilibrada de la misma, de modo que se pongan en valor tanto los recursos patrimoniales como otros recursos, con la promoción de algunos sectores específicos (la artesanía, la restauración, el arte, etcétera), al tiempo que ayuda a implementar mecanismos para controlar el impacto negativo de una cadena económica sustentada en el turismo en una ciudad como Antigua.
- Para los oferentes de la Semana Santa (particularmente las Hermandades), el estudio planteado les permitirá valorar monetariamente su actividad y los efectos que ésta ge-

nera en su ciudad, lo cual les servirá de herramienta para sus actividades promocionales y de levantamiento de fondos que les permitan mejorar la efectividad de su desempeño.

*Fecha de recepción: 27 de septiembre de 2012*

*Fecha de revisión: 2 de octubre de 2012*

*Fecha de aceptación: 19 de octubre de 2012*

## NOTAS

(1) A manera de referencia, el tipo de cambio del quetzal (la moneda de Guatemala) respecto del Euro, prevaleciente en abril de 2011 en La Antigua Guatemala, era de diez coma sesenta y nueve quetzales por un euro.

(2) Modelo que fue desarrollado por el matemático Wassily Leontief (1905-1999), por el que obtuvo un Premio Nobel de Economía en 1973.

## BIBLIOGRAFÍA

Analistas Económicos de Andalucía (2009): *Efectos Socioeconómicos de la Semana Santa en la Ciudad de Córdoba*, España.

BAUMOL, W. y W. BOWEN (1966): *Performing Arts-The Economic Dilemma*, New York, Ed. Twenty Century Fund.

DEVESA FERNÁNDEZ, M. y CÉSAR HERRERO, L. (2006): «La Rentabilidad Económica de la Cultura. El Impacto Económico de los Festivales Culturales» en *10º Congreso de Economía de Castilla y León. Competitividad y Marco Institucional*, Valladolid, Junta de Castilla y León.

GARCÍA CANCLINI, N. y PIEDRAS, E. (2006): *Las Industrias Culturales y el Desarrollo de México*, México D. F., Siglo XXI editores en coedición con la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).

GONZÁLEZ NEIRA, A. y RAMÍREZ PICÓN, J. (2008): *Impacto económico del XI Festival de Flamenco de Jerez*, Cádiz, Fundación Provincial de Cultura, Diputación de Cádiz.

HERNÁNDEZ PAVÓN, E. (2004): *La Semana Santa de Sevilla: economía de una tradición popular*, Sevilla, Universidad de Sevilla e Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico.

HUANG, D. (1980): *Introducción al Uso de la Matemática en el Análisis Económico*, México D. F., Editorial Limusa.

Municipalidad de La Antigua Guatemala (2012): «Informe de Cuaresma y Semana Santa» *El Heraldito de La Antigua Guatemala*, nº 39.

OECD (2009): *The Impact of Culture on Tourism*, París, OECD.

- PALMA MARTOS, L., GARCÍA SÁNCHEZ, A. y PALMA MARTOS, L. M<sup>a</sup>. (2007): «Una propuesta metodológica para la evaluación del impacto económico de las Fiestas de Primavera en la ciudad de Sevilla», *Cuadernos de Economía de la Cultura-OIKÓS*, nº 7/8, año V, págs. 35-64.
- PIEDRAS, E. (2007): *Guatemala: Un Análisis de la Contribución Económica de la Cultura*, Documento de Trabajo preparado para el Ministerio de Cultura y Deportes (Guatemala) y el Banco Interamericano de Desarrollo. The Competitive Intelligence Unit, [www.the-ciu.net](http://www.the-ciu.net).
- PIZANO MALLARINO, O., ZULETA, L. A., LINO JARAMILLO G. y REY, G.: *La fiesta, la otra cara del patrimonio: Valoración de su impacto económico, cultural y social*, Bogotá, Convenio Andrés Bello (Colección Economía y Cultura).
- SÁNCHEZ GARDEY, G. y ROJAS VÁZQUEZ, Á. (2012): *Impacto económico de los festivales culturales: un estudio comparado*, Fundación Provincial de Cultura, Diputación de Cádiz.
- STIERNSTRAND, J. (1996): *The Nordic Model: A Theoretical Model for Economic Impact Analysis of Event Tourism*, *Festival Management & Event Tourism*, vol. 3.
- UNESCO (2005): Foro Subregional «Turismo y cultura: un binomio para impulsar la interculturalidad y el desarrollo humano sostenible en Centroamérica», San José, UNESCO.
- YAMANE, T. (1965): *Matemática para Economistas*, Barcelona, Editorial Ariel.