

EL TURISMO DE SEMANA SANTA EN ESPAÑA*

1. VISITANTES QUE ENTRARON EN ESPAÑA DURANTE LA SEMANA SANTA 1995

Los **visitantes** que entraron en España por carretera durante el período de Semana Santa, en cinco días, del 13 al 17 de abril de 1995, **se aproximan a seiscientos mil**, con un incremento del 13,5 por 100 respecto a los 519.000 de la Semana Santa del año anterior.

En este mismo período también entraron por carretera unos 735.000 residentes en España. Su ratio respecto al total de viajeros (55 por 100) es significativamente más elevado que el correspondiente al anterior mes de marzo (49 por 100) (véase cuadro 1).

La estimación del total de **visitantes** que entraron en España, por las cuatro vías de acceso (carretera, ferrocarril, puertos marítimos y aeropuertos), es de **1.028.000**.

De estos **visitantes**, 697.000 fueron tu-

Cuadro 1
ESTIMACIÓN DE ENTRADAS DE
VIAJEROS: RESIDENTES EN EL
EXTRANJERO Y EN ESPAÑA
(Semana Santa 1995)

Puestos	Total	Residentes en	
		Extranjero	España
Irún (Puente Santiago)	101.096	27.864	73.232
Irún (Behovia)	71.119	33.808	37.311
Irún (Biriadou)	146.568	57.349	89.219
Junquera (N-II)	52.115	40.393	11.722
Junquera (A 7)	213.740	116.424	97.316
Seo de Urgel	148.324	45.868	102.456
Les	28.794	22.663	6.131
Valcarlos	11.796	3.879	7.917
Dancharain	25.248	19.110	6.138
Port-Bou	16.512	14.728	1.783
Puigcerdá	46.756	18.867	27.889
Canfranc	15.857	3.524	12.333
Tuy (Puente)	31.864	20.388	11.476
Tuy (Autovía)	94.806	18.126	76.680
Feces de Abajo	30.920	21.639	9.281
Fuentes de Oñoro	77.565	39.144	38.421
Badajoz	74.244	31.449	42.795
Ayamonte	61.866	22.739	39.126
Rosal de Frontera*	—	—	—
Valencia de Alcántara	8.377	1.197	7.180
Alcañices	5.323	2.376	2.948
<i>Total de los 20 puestos</i>	1.262	561.534	701.354
Total todos los puestos	1.323.939	588.680	735.259

* Puesto sin información.

Fuente: Encuesta *Movimientos Turísticos en Fronteras*. SGT.

* Se presentan los resultados de los estudios *Movimientos Turísticos en Fronteras y Vacaciones de los Españoles*, realizados para el Instituto de Estudios Turísticos por el procedimiento de encuesta por las empresas Eco Consultivo y Cuarter, S. A., respectivamente.

Cuadro 2
VISITANTES: TURISTAS
Y EXCURSIONISTAS
(Entrada por vía de acceso)

	Residentes en el extranjero			Total	Vía			
					Carretera	Ferrocarril	Puerto	Aeropuerto
A 1994	906	519	30	27	330			
Visitantes	635	266	29	15	325			
Turistas	271	253	1	12	5			
Excursionistas								
INCREMENTOS								
(EN %)								
SEMANA SANTA 1995								
VS 1994								
Visitantes	+13,5	+13,5	+13,3	+14,8	+13,3			
Turistas	+9,8	+9,4	-16,0	-25,0	+11,4			
Excursionistas	+22,1	+17,8	+800,0	+58,3	0			

de Semana Santa (1-7 días)», aplicado a quienes permanecen de uno a siete días en nuestro país, se cifra en **419.000** (un 60,1 por 100 del total de turistas).

Comparados los resultados del estudio de Semana Santa 1995 con los obtenidos en la misma época del año anterior, se aprecia una tendencia de aumento en los meses bajos de octubre de 1994 a marzo de 1995.

Sin embargo, esta tendencia presenta cierto retraso respecto al año 1994, donde ya en marzo se alcanzó un 50 por 100 de turistas por carretera.

El más restringido concepto de «Turistas

SANTA
Visita
Tur
Exc

INCR
(EN %
SEMA
SANTA
VERS
Visita
Tur
Exc

2. PAÍS DE RESIDENCIA DE LOS VISITANTES DE SEMANA SANTA 1995 Y DE LOS TURISTAS

Del total de visitantes (1.028.000) que han entrado por nuestras fronteras en este período, un 95,6 por 100 son residentes en países de Europa, con mayor incidencia de quienes entraron por carretera (98,3 por 100) (cuadros 4 y 5).

Francia (37 por 100) destaca como país emisor, al duplicar en la cota de Alemania (17,3 por 100). Siguen en importancia Reino Unido (10,6 por 100) y Portugal (9,8 por 100), totalizando entre estos cuatro países las tres cuartas partes de los visitantes (74,7 por 100) recibidos del 13 al 17 de abril.

Cuadro 4
VISITANTES: PAÍS DE RESIDENCIA
SEGÚN VÍAS DE ENTRADA
(En miles)

País de residencia	Total visitantes	Vía			
		Carretera	Ferrocarril	Puerto	Aeropuerto
Europa	983	579	23	25	356
• Alemania	178	62	2	4	110
• Bélgica	28	16	1	—	12
• Francia	380	311	13	—	56
• Holanda	26	9	—	—	17
• Italia	61	37	—	—	24
• Noruega	3	1	—	—	2
• Portugal	101	87	5	—	9
• Reino Unido	109	16	1	1	72
• Suecia	15	1	—	—	14
• Suiza	30	19	1	—	11
América	37	6	9	5	17
• Estados Unidos	27	3	7	3	13
Oceanía	3	2	1	—	—
Asia	3	1	1	1	—
África	2	—	1	—	1
Total visitantes	1.028	589	34	31	374

Cuadro 5
TURISTAS: PAÍSES DE RESIDENCIA
SEGÚN VÍAS DE ENTRADA
(% verticales)

País de residencia	Total visitantes	Vía			
		Carretera	Ferrocarril	Puerto	Aeropuerto
Europa	95,6	98,3	66,4	79,9	95,2
• Alemania	17,3	10,4	4,6	14,5	29,5
• Bélgica	2,8	2,7	1,9	—	3,2
• Francia	37,0	52,9	37,4	37,4	15,0
• Holanda	2,5	1,6	1,0	—	4,4
• Italia	5,9	6,2	1,0	—	6,3
• Noruega	0,3	0,1	—	—	0,6
• Portugal	9,8	14,7	13,6	—	2,5
• Reino Unido	10,6	2,8	2,7	2,7	19,2
• Suecia	1,5	0,2	1,0	—	3,6
• Suiza	2,9	3,2	1,7	—	2,9
América	3,6	1,1	27,8	15,2	4,4
• Estados Unidos	2,6	0,6	21,0	9,7	3,5
Oceanía	0,3	0,4	1,9	—	—
Asia	0,3	0,2	1,9	4,8	—
África	0,2	—	1,9	—	0,3
Total visitantes	1.028	589	34	31	374

Los visitantes de Francia y Portugal entran principalmente vía carretera, siendo asimismo relevantes usuarios del ferrocarril.

Los visitantes provenientes de Alemania y Reino Unido se desplazan preferentemente por avión, siendo los que proceden del Reino Unido los que integran el colectivo mayor que llega a España por puertos marítimos.

Estas pautas de comportamiento son similares a las observadas en la Semana Santa de 1994, pero se observan algunas diferencias en cuanto a países emisores:

- En la Semana Santa de 1995 se incrementó mucho la proporción de visitan-

tes residentes en Francia (37 por 100 en 1995 frente al 24,1 por 100 de 1994), descendiendo la de visitantes de Portugal (9,8 por 100 en 1995 frente al 13,3 de 1994), mientras que los otros dos principales países emisores (Alemania y Reino Unido) permanecen bastante estables.

- Sin embargo, al incrementarse en 1995 el número total de visitantes (1.028.000) respecto a 1994 (906.000), también aumentó el número de visitantes residentes en Alemania y Reino Unido, además del enorme incremento de Francia (+74,3 por 100). Por el contrario, hay un descenso de visitantes de Portugal e Italia y de otros países europeos más mi-

noritarios, y también de América y otros continentes (véase cuadro 6).

De los turistas (697.000) que entran por nuestras fronteras en este período un 93,8 eran residentes en Europa y un 5 por 100 de América (cuadros 7 y 8).

En turistas, la participación de Francia (25,7 por 100) se equilibra con la de Alemania (24,3 por 100). Dos veces inferior es la participación del Reino Unido (12,6 por 100), y todavía menor la de Italia (8,4 por 100), situándose como el cuarto país emisor.

Comparando los resultados con los del mismo período del año anterior se producen las siguientes alteraciones en el *ranking* de turistas según países emisores (cuadro 9):

Cuadro 6

**PAÍS DE RESIDENCIA
VISITANTES: INCREMENTO DE 1995
RESPECTO DE 1994**

País de residencia	Semana Santa 1995		Semana Santa 1994		Incremento de 1995 a 1994 Δ%
	(En miles)	%	(En miles)	%	
	Europa	983	95,6	838	92,4
• Alemania	178	17,3	159	17,6	+11,9
• Bélgica	28	2,8	31	3,5	-9,7
• Francia	380	37,0	218	24,1	+74,3
• Holanda	26	2,5	18	2,0	+44,4
• Italia	61	5,9	70	7,0	-12,9
• Portugal	101	9,8	120	13,3	-15,8
• Reino Unido	109	10,6	82	9,1	+32,9
• Suecia	15	1,5	29	3,3	-48,3
• Suiza	30	2,9	74	8,1	-59,5
América	37	3,6	52	5,7	-28,8
• Estados Unidos	27	2,6	31	3,4	-12,9
Oceania	3	0,3	4	0,5	-25,0
Asia	3	0,3	7	0,8	-57,1
África	2	0,2	5	0,6	-60,0
Total visitantes (en miles)	1.028		906		

Cuadro 7

**TURISTAS: PAÍS DE RESIDENCIA,
SEGÚN VÍAS DE ENTRADA (En miles)**

País de residencia	Total turistas	Vías			
		Carretera	Ferrocarril	Puerto	Aeropuerto
Europa	654	281	14	7	351
• Alemania	169	53	1	4	110
• Bélgica	26	14	1	—	12
• Francia	172	108	10	—	55
• Holanda	26	9	—	—	17
• Italia	59	35	—	—	24
• Noruega	3	1	—	—	2
• Portugal	24	15	—	—	9
• Reino Unido	87	14	1	3	70
• Suecia	13	1	—	—	12
• Suiza	29	18	—	—	11
América	35	6	9	3	17
• Estados Unidos	26	3	7	3	13
Oceania	3	2	1	—	—
Asia	3	1	1	1	—
África	2	—	1	—	1
Total turistas (en miles)	697	291	25	12	369

Cuadro 8
TURISTAS: PAÍS DE RESIDENCIA.
SEGÚN VÍAS DE ENTRADA
(% verticales)

País de residencia	Total visitantes	Vías			
		Carretera	Ferrocarril	Puerto	Aeropuerto
Europa	93,8	96,6	55,3	62,5	95,2
• Alemania	24,3	18,2	5,3	37,5	29,9
• Bélgica	3,8	4,8	2,6	—	3,2
• Francia	24,7	37,2	38,2	—	14,8
• Holanda	3,8	3,2	3,2	—	4,5
• Italia	8,4	11,9	11,9	—	6,4
• Noruega	0,4	0,2	—	—	0,6
• Portugal	3,5	5,1	—	—	2,6
• Reino Unido	12,6	4,8	2,6	25,0	19,0
• Suecia	1,9	0,4	1,3	—	3,2
• Suiza	4,2	6,3	1,3	—	2,9
América	5,0	2,2	36,8	25,0	4,5
• Estados Unidos	3,8	1,2	27,6	25,0	3,5
Oceanía	0,4	0,8	2,6	—	—
Asia	0,5	0,4	2,6	12,5	—
África	0,3	—	2,6	—	0,3
Total visitantes (en miles)	697	291	25	12	369

- El elevado incremento de turistas residentes en Francia en 1995 casi duplica el número de turistas de este país recibidos en 1994 (cuadro 10), al pasar de

Cuadro 9
RANKING DE TURISTAS SEGÚN
LOS CINCO PAÍSES EMISORES
MÁS IMPORTANTES

Países	Semana Santa	
	1995 (%)	1994 (%)
1. Francia	24,7	13,7
2. Alemania	24,3	24,0
3. Reino Unido	12,6	12,0
4. Italia	8,4	9,4
5. Suiza	4,2	11,4
Total de los cinco países	74,2	70,5

Cuadro 10
PAÍS DE RESIDENCIA
TURISTAS: INCREMENTO DE 1995
RESPECTO DE 1994

País de residencia	Semana Santa 1995		Semana Santa 1994		Incremento de 1995 a 1994 Δ %
	(En miles)	%	(En miles)	%	
Europa	654	93,8	575	90,6	+13,7
• Alemania	169	24,3	152	24,0	+11,2
• Bélgica	26	3,8	29	4,6	-10,3
• Francia	172	24,7	87	13,7	+97,7
• Holanda	26	3,8	14	2,1	+85,7
• Italia	59	8,4	59	9,4	0
• Portugal	24	3,5	33	5,2	-27,3
• Reino Unido	87	12,6	76	12,0	+14,5
• Suecia	13	1,9	28	4,5	-53,6
• Suiza	29	4,2	72	11,4	-59,7
América	35	5,0	44	6,9	-20,5
• Estados Unidos	26	3,8	30	4,6	-13,3
Oceanía	3	0,4	4	0,7	-25,0
Asia	3	0,5	7	1,1	-57,1
África	2	0,3	5	0,8	-60,0
Total visitantes (en miles)	697		635		

87.000 a 172.000. Con ello desplaza a Alemania del primer puesto que ocupaba desde 1994, equiparándose ambas en 1995.

- La proporción de turistas provenientes de Alemania se mantiene en 1995, así como la del Reino Unido (que permanece en su tercer puesto del *ranking*); pero ambos países incrementan su número de turistas en un +11,2 por 100 y 14,5 por 100, respectivamente.
- Italia, manteniendo igual número de turistas, ocupa en 1995 un cuarto puesto, desplazando a Suiza, que lo ocupó en 1994 y que ha mermado en un

60 por 100 el número de turistas de 1995.

El fuerte liderazgo de Francia en Semana Santa de 1995 rompe también la tónica de todos los trimestres de 1994, en los que su número de turistas la situaba en tercer lugar, precedida alternativamente por Alemania o el Reino Unido, en los dos primeros puestos.

En Semana Santa de 1995 ha crecido el turismo de Europa y descendido el de América y otros continentes.

Estancia prevista de los turistas y «Turistas de Semana Santa (1-7 días)»

Tres de cada cinco turistas (60 por 100) que entraron por nuestras fronteras en 1995 permanecieron de uno a siete días. Es lo que hemos denominado «Turismo de Semana Santa», y se cifra en 419.000 turistas (cuadro 11).

Cuadro 11
TURISTAS: ESTANCIA PREVISTA,
SEGÚN VÍAS DE ENTRADA
(% verticales)

Estancia prevista	Total turistas	Vía			
		Carretera	Ferrocarril	Puerto	Aeropuerto
1-7 días («Turismo de Semana Santa»)	60,0	72,9	61,9	100,0	48,6
• 1-3 días	18,3	33,9	23,7	37,5	5,5
• 4-7 días	41,5	39,0	38,2	62,5	43,1
8-28 días	36,7	24,8	23,7	—	48,2
• 8-14 días	29,7	18,6	14,5	—	40,5
• 15-28 días	7,0	6,1	9,2	—	7,7
29-91	2,2	1,8	11,8	—	1,9
92-365 días	1,0	0,6	2,6	—	1,3
Media (1-365 días)	7,8	6,0	6,6	3,6	9,5
Total turistas (en miles)	697	291	25	12	369

Quienes piensan permanecer de cuatro a siete días (41,5 por 100 del total de turistas) se mantienen en similar proporción que en la Semana Santa 1994, pero superan en al menos cinco puntos la estancia de cuatro a siete días de anteriores trimestres. Por lo cual la estancia de cuatro a siete días se constituye en la más característica de la Semana Santa.

En el «Turismo de Semana Santa (uno-siete días)» destaca Francia (29,7 por 100) como principal país emisor, duplicando la cota de los dos segundos países: Alemania (15,2 por 100) y Reino Unido (15,1 por 100), a los que sigue Italia (cuadros 12 y 13).

Cuadro 12
VISITANTES, TURISTAS
Y EXCURSIONISTAS: PAÍS
DE RESIDENCIA (En miles)

País de residencia	Visitantes			
	Total visitantes	Turistas		Excursionistas
		Total turistas	Turistas Semana Santa (1-7 días)	
Europa	983	654	393	329
• Alemania	178	169	63	9
• Bélgica	28	26	14	2
• Francia	380	172	124	208
• Holanda	26	26	9	—
• Italia	61	59	46	2
• Portugal	101	24	20	76
• Reino Unido	109	87	63	22
• Suecia	15	13	7	2
• Suiza	30	29	16	1
América	37	35	19	2
• Estados Unidos	27	26	14	—
Oceania	3	3	3	—
Asia	3	3	2	—
África	2	2	2	—
Total (en miles)	1.028	697	419	331

Cuadro 13
VISITANTES, TURISTAS
Y EXCURSIONISTAS: PAÍS
DE RESIDENCIA (% verticales)

País de residencia	Visitantes			
	Total visitantes	Turistas		Excursionistas
		Total turistas	Turistas Semana Santa (1-7 días)	
Europa	95,6	83,8	93,9	99,4
• Alemania	17,3	24,3	15,2	2,7
• Bélgica	2,8	3,8	3,4	0,6
• Francia	37,0	24,7	29,7	62,8
• Holanda	2,5	3,8	2,2	—
• Italia	5,9	8,4	11,1	0,6
• Portugal	9,8	3,5	4,9	23,1
• Reino Unido	10,6	12,6	15,1	6,6
• Suecia	1,5	1,9	1,6	0,5
• Suiza	2,9	4,2	3,8	—
América	3,6	5,0	4,5	0,6
• Estados Unidos	2,6	3,8	3,3	0,1
Oceanía	0,3	0,4	0,6	—
Asia	0,3	0,5	0,6	—
África	0,2	0,3	0,4	—
Total (en miles)	1.028	697	419	331

Incremento, según países, del «Turismo de Semana Santa (1-7 días)» en 1995 respecto a 1994

El «Turismo de Semana Santa (1-7 días)» de 1995 sólo supuso un 3,7 por 100 de incremento respecto al de 1994 (cuadro 14).

- El mayor incremento de Europa ($\Delta + 6,5$ por 100) fue producido principalmente por Francia, que se incrementó en dos tercios al pasar de 75.000 en 1994 a 124.000 en 1995. Y aunque el *ranking* de los principales países europeos no se alteró, todos disminuyeron

en número de turistas, salvo el Reino Unido, que se incrementó en una quinta parte ($\Delta + 21,2$ por 100).

América mantuvo el mismo número de turistas que en 1994 (aunque Estados Unidos se incrementó un 40 por 100), descendiendo los restantes continentes.

3. COMUNIDADES AUTÓNOMAS DE DESTINO PRINCIPAL DE LOS TURISTAS

De los 697.000 turistas que entraron en España en Semana Santa ha sido Cataluña

Cuadro 14
TURISTAS DE SEMANA SANTA
(1-7 DÍAS): PAÍS DE RESIDENCIA
INCREMENTO DE 1995 RESPECTO
A 1994

País de residencia	Semana Santa 1995		Semana Santa 1994		Incremento de 1995 a 1994 Δ %
	(En miles)	%	(En miles)	%	
	Europa	393	93,9	369	91,4
• Alemania	63	15,2	64	15,9	-1,6
• Bélgica	14	3,4	14	3,5	0
• Francia	124	29,7	75	18,7	+65,3
• Holanda	9	2,2	10	2,4	-10,0
• Italia	46	11,1	50	12,4	-8,0
• Portugal	20	4,9	31	7,6	-35,5
• Reino Unido	63	15,1	52	13,0	+21,2
• Suecia	7	1,6	17	4,2	-58,8
• Suiza	16	3,8	40	9,9	-60,0
América	19	4,5	19	4,7	0
• Estados Unidos	14	3,3	10	2,5	+40,0
Oceanía	3	0,6	4	1,0	-25,0
Asia	2	0,6	7	1,8	-71,4
África	2	0,4	5	1,1	60,0
Total visitantes (en miles)	419		404		

(32,3 por 100) la comunidad más receptora, con un total de 225.000 turistas (cuadros 15 y 16).

- Recupera así el liderazgo que durante el trimestre invernal mantenía Canarias, iniciándose una estructura por comunidades más similar a la obtenida en primavera y otoño de 1994.
- Con porcentaje dos veces inferior se encuentran otras tres comunidades: Andalucía (16,6 por 100), Comunidad Valenciana (16,5 por 100) y Canarias (14,1 por 100).

- Cercanas al 10 por 100 de participación están Madrid (9,8 por 100) e Islas Baleares (9,3 por 100).

Según vías de entrada, el turismo de carretera se centra mayoritariamente en Cataluña (59,8 por 100), quedando la Comunidad Valenciana (11,9 por 100) y Andalucía (9,9 por 100) en un lejano segundo puesto.

- Por ferrocarril destaca la Comunidad de Madrid (42,1 por 100), casi dos veces superior a Cataluña (26,3 por 100) y Andalucía (21,1 por 100).

Cuadro 15
TURISTAS: COMUNIDAD AUTÓNOMA DE DESTINO PRINCIPAL SEGÚN VÍAS
(En miles)

CC. AA. de estancia principal prevista	Total turistas	Vías			
		Carretera	Ferrocarril	Puerto	Aeropuerto
Andalucía	115	29	5	9	72
Aragón	8	8	—	—	—
Principad. de Asturias	2	2	—	—	—
Islas Baleares	65	3	1	—	59
Canarias	98	1	—	—	97
Cantabria	2	2	—	—	—
Castilla-La Mancha	10	3	—	—	7
Castilla y León	17	12	3	—	2
Cataluña	225	174	7	1	43
Comunid. Valenciana	115	35	1	—	79
Extremadura	3	2	—	—	1
Galicia	6	5	1	—	1
Comunid. de Madrid	68	16	11	—	42
Región de Murcia	8	6	—	—	1
C. Foral de Navarra	3	3	—	—	—
País Vasco	1	9	1	—	—
La Rioja	2	2	—	—	—
Otras (No sitio concreto NS/NC)	13	11	2	—	—
Total turistas (en miles)	697	291	25	12	369

Cuadro 16
TURISTAS: COMUNIDAD AUTÓNOMA DE DESTINO PRINCIPAL SEGÚN VÍAS
(% verticales)

CC. AA. de estancia principal prevista	Total turistas	Vías			
		Carretera	Ferrocarril	Puerto	Aeropuerto
Andalucía	16,6	9,9	21,1	75,0	19,6
Aragón	1,2	2,8	1,3	—	—
Principad. de Asturias	0,3	0,8	—	—	—
Islas Baleares	9,3	1,2	1,3	12,5	16,1
Canarias	14,1	0,2	1,3	—	26,4
Cantabria	0,3	0,8	—	—	—
Castilla-La Mancha	1,5	1,0	1,3	—	1,9
Castilla y León	2,5	4,2	11,8	—	0,6
Cataluña	32,3	59,8	26,3	11,6	12,5
Comunid. Valenciana	16,5	11,9	3,9	—	21,5
Extremadura	0,4	0,6	—	—	0,3
Galicia	0,9	1,6	2,6	—	0,3
Comunid. de Madrid	9,8	5,5	42,1	—	11,3
Región de Murcia	1,1	2,2	—	—	0,3
C. Foral de Navarra	0,5	1,2	—	—	—
País Vasco	1,5	3,2	5,3	—	—
La Rioja	0,2	0,6	—	—	—
Otras (No sitio concreto NS/NC)	2,0	4,0	9,2	—	—
Total turistas (en miles)	697	291	25	12	369

- Es mayor el reparto de los turistas llegados por aeropuerto, distribuidos principalmente entre Canarias (26,4 por 100), Comunidad Valenciana (21,5 por 100), Andalucía (19,6 por 100) e Islas Baleares (16,1 por 100), a las que siguen Cataluña (11,6 por 100) y Comunidad de Madrid (11,3 por 100).

Las Comunidades Autónomas que han incrementado su participación respecto al mismo período del año anterior son (cuadro 17):

- **Cataluña** ($\Delta + 47,1$ por 100), pasando de 153.000 turistas en 1994 a los 225.000 de 1995.
- **Valencia** ($\Delta + 62$ por 100), con 115.000 turistas frente a los 71.000 de 1994.
- **Islas Baleares** ($\Delta + 38,3$ por 100), con 65.000 turistas frente a los 47.000 de 1994.
- También incrementaron en 1995 su participación en el turismo otras Comunidades más minoritarias: Castilla-La Mancha, Aragón y Región de Murcia.

Presentan cierto descenso respecto a 1994 en el turismo de Semana Santa tres Comunidades más turísticas: Andalucía, con 115.000 turistas, que desciende un 10,9 por 100; Canarias, con 98.000 turistas, que desciende un 12,5 por 100, y Comunidad de Madrid, con 68.000 turistas, que desciende un 5,6 por 100.

El «Turismo de Semana Santa (uno-siete días)» de los turistas que han entrado en Es-

Cuadro 17
TURISTAS: COMUNIDAD AUTÓNOMA DE DESTINO PRINCIPAL. INCREMENTO DE 1995 RESPECTO DE 1994

CC. AA. de estancia principal prevista	Semana Santa 1995		Semana Santa 1994		Incremento de 1995 a 1994
	(En miles)	%	(En miles)	%	Δ %
Andalucía	115	16,6	129	20,2	-10,9
Aragón	8	1,2	6	0,9	+33,3
Principad. de Asturias	2	0,3	3	0,5	-33,3
Islas Baleares	65	9,3	47	7,5	+38,3
Canarias	98	14,1	112	17,6	-12,5
Cantabria	2	0,3	5	0,8	-60,0
Castilla-La Mancha	10	1,5	6	1,0	+66,7
Castilla y León	17	2,5	24	3,8	-29,2
Cataluña	225	32,3	153	24,1	+47,1
Comunid. Valenciana	115	16,5	71	11,2	+62,0
Extremadura	3	0,4	7	1,1	-57,1
Galicia	6	0,9	22	3,5	-72,7
Comunid. de Madrid	68	9,8	72	11,4	-5,6
Región de Murcia	8	1,1	6	0,9	+33,3
C. Foral de Navarra	3	0,5	4	0,6	-25,0
País Vasco	11	1,5	18	2,8	-38,9
La Rioja	2	0,2	2	0,2	0
Otras (No sitio concreto NS/NC)	13	2,0	22	3,4	-40,9
Total turistas (en miles)	697	291	25	12	369

paña afecta principalmente a Cataluña, que logra un 40,7 por 100 de estos turistas, con estancia preferente de uno a tres días (51,3 por 100) (cuadro 18).

En otra dimensión mucho menor parecen presentar similar tendencia el País Vasco y Castilla y León.

Por el contrario, en otras Comunidades «turísticas», que reciben pocos turistas de uno a tres días, con predominio de estancias más prolongadas (Canarias, Islas Baleares y

Comunidad Valenciana) este «Turismo de Semana Santa (1-7 días)» obtiene cotas inferiores a las del turismo «normal».

En la Comunidad de Madrid y en la de Andalucía los turistas que entraron del 13 al 17 de abril se distribuyeron por igual en los diferentes segmentos de estancia prevista (uno-tres días, cuatro-siete días y más de siete días).

4. COMPORTAMIENTO DEL TURISTA EN LA SEMANA SANTA DE 1995

Motivo principal del viaje y zonas visitadas

Una cota de «ocio», como motivo de viaje, significativamente superior, tanto en visitantes (87,5 por 100) como turistas (89,9 por 100) a la de otros períodos (salvo el de verano) nos sugiere el «efecto Semana Santa». Esta proporción desciende en excursionistas (82,5 por 100) por el incremento del «paso a otros países» (12,3 por 100); dentro del motivo «ocio» en los excursionistas de Semana Santa sigue siendo muy relevante el viaje «de compras» (31,3 por 100), que entre turistas es irrelevante.

Los turistas de la Semana Santa en 1995 indican similares motivos del viaje que los de 1994, con tendencia a elevar el «ocio», que alcanza a nueve de cada diez turistas «turistas de uno a siete días» (cuadro 19).

Dos tercios de los turistas han ido a zona de «costa/playa» (68,6 por 100), siendo

Cuadro 18
TURISTAS: COMUNIDAD AUTÓNOMA DE DESTINO SEGÚN ESTANCIA PREVISTA

CC. AA. de estancia principal prevista	Total turistas	«Turistas Semana Santa (1-7 días)»		
		Total 1-7 días	1-3 días	4-7 días
Andalucía	16,6	16,7	16,4	16,8
Aragón	1,2	1,5	2,2	1,1
Principado de Asturias	0,3	0,4	0,4	0,4
Islas Baleares	9,3	7,4	1,4	10,1
Canarias	14,1	7,5	0,4	10,7
Cantabria	0,3	0,3	—	0,4
Castilla-La Mancha	1,5	1,1	0,7	1,2
Castilla y León	2,5	3,2	4,7	2,5
Cataluña	32,3	40,7	51,3	35,9
Comunidad Valenciana	16,5	12,0	2,3	16,3
Extremadura	0,4	0,3	0,9	—
Galicia	0,9	0,6	0,4	0,7
Comunidad de Madrid	9,8	10,0	11,5	9,3
Región de Murcia	1,1	1,1	1,6	—
Navarra	0,5	0,6	—	0,8
País Vasco	1,5	2,1	5,2	0,7
La Rioja	0,2	0,4	—	0,6
Otras (No sitio concreto NS/NC)	2,0	2,2	6,2	0,4
Total turistas (en miles)	697	419	129	289

algo menor la elección de este destino por los «Turistas de Semana Santa (1-7 días)» (64,3 por 100), ya que tiende a preferirse más en estancias prolongadas.

Esta cota desciende algo respecto de 1994. A zona de «montaña/sierra» ha ido uno de cada ocho turistas, y a «otras zonas», uno de cada cinco.

Formas de viajar del turismo de Semana Santa 1995

La organización del viaje por los turistas

de la Semana Santa 1995 se realiza «personalmente» (54,2 por 100) en una amplia mitad de los casos. Esta mayor tendencia a la organización personal del viaje se observa asimismo en el trimestre del verano de 1994, pero desciende en los otros trimestres. La organización por agencia sigue afectando al 38,4 por 100 de los turistas, y es minoritaria por asociación (3,5 por 100) y empresa (3,9 por 100).

- La forma de organizar el viaje viene muy influida por el motivo del mismo: más organización «personal» en viajes de «ocio» (56,6 por 100) y «otros» (87,9 por 100). Los viajes por negocios los organizó más la empresa (60,3 por

Cuadro 19
VISITANTES: MOTIVO DEL VIAJE A ESPAÑA
(% verticales)

Motivo principal del viaje	Total visitantes	Turistas		Excursionistas
		Total	«Semana Santa (1-7 días)»	
• Ocio	87,5	89,8	89,7	82,5
Vacaciones/ocio	66,0	76,4	75,4	44,2
Visitar familiares/amigos	8,1	9,7	10,0	4,7
Compras	10,2	0,2	0,2	31,3
Otros motivos de ocio	3,2	3,5	4,1	2,3
• Negocio	4,9	5,4	6,2	4,0
• Estudio	1,7	2,5	1,0	—
• De paso a otros países	4,8	1,3	2,2	12,3
A Portugal	2,0	0,5	0,8	5,2
A Francia	0,8	0,2	0,5	2,0
A Marruecos	0,6	0,4	0,6	1,0
A otros países	0,3	0,1	0,2	0,8
• Otros motivos	1,1	1,0	0,9	1,2
Base: Total (en miles)	1.028	697	414	331

Cuadro 20
TURISTAS: MOTIVO DEL VIAJE A ESPAÑA Y ZONA DE DESTINO
(1995 versus 1994)

Motivo principal del viaje	Total turistas		Turistas «Semana Santa (1-7 días)»	
	Semana Santa 1995	Semana Santa 1994	(1-7 días) 1995	(1-7 días) 1994
• Ocio	89,8	85,8	89,7	84,1
Vacaciones/ocio	76,4	74,5	75,4	72,9
Visitar familiares/amigos	9,7	7,8	10,0	7,7
Compras	0,2	0,3	0,2	0,5
Otros	3,5	3,2	4,1	3,2
• Negocio	5,4	5,1	6,2	5,4
• Estudio	2,5	2,7	1,0	1,5
• De paso a otros países	1,3	1,5	2,2	1,5
• Otros motivos	1,0	4,9	0,9	7,5
• Zona de destino:				
Costa/playa	68,6	64,9	64,3	61,7
Montaña/Sierra	11,9	12,9	13,1	13,9
Otras zonas	19,5	22,2	22,6	24,4
Base: Total turistas (en miles)	697	632	414	426

100) y los estudios la asociación/institución (43 por 100) (cuadro 21).

- También se organizan «personalmente» de forma más mayoritaria los viajes más cortos (79,4 por 100 en viajes de uno-tres días), mientras que ya en viajes de cuatro-siete días delegan más en agencias (49,7 por 100), por lo que los «Turistas de Semana Santa (1-7 días)» presentan un perfil bastante similar al del turista de este período (cuadro 22).

En cuanto al tipo de alojamiento, si se toma como base «personas en viaje» el hotel (61,7 por 100), resulta utilizado por tres

Cuadro 21
TURISTAS: ORGANIZACIÓN
DEL VIAJE SEGÚN MOTIVO
(% verticales)

Viaje organizado	Total turistas	Motivos del viaje			
		Ocio	Negocio	Estudio	Otros
• Personalmente	54,2	56,6	18,4	27,5	87,9
• Por agencia	38,4	40,6	13,7	29,5	12,1
Todo	20,8	22,0	7,9	12,5	12,1
Sólo alojamiento	1,6	1,8	—	—	—
Sólo transporte	12,5	13,1	5,8	12,5	—
Sólo transporte y alojamiento	3,5	3,7	—	4,5	—
• Por asociación	3,5	2,2	7,6	43,0	—
• Por empresa	3,9	0,6	60,3	—	—
Base: Total turistas (en miles)	699	626	38	18	16

Cuadro 22
TURISTAS: ORGANIZACIÓN
DEL VIAJE SEGÚN DURACIÓN
DE LA ESTANCIA (% verticales)

Viaje organizado	Total turistas	«Turistas de Semana Santa (1-7 días)»		
		Total 1-7 días	1-3 días	4-7 días
• Personalmente	54,2	55,4	79,4	42,5
• Por agencia	38,4	36,6	12,0	49,7
Todo	20,8	19,5	5,1	27,2
Sólo alojamiento	1,6	2,5	2,2	2,6
Sólo transporte	12,5	10,5	4,7	13,6
Sólo transporte y alojamiento	3,5	4,1	—	6,3
• Por asociación	3,5	3,4	2,2	4,0
• Por empresa	3,9	4,6	6,4	3,8
Base: Total turistas (en miles)	697	414	146	268

Cuadro 23
TURISTAS: ALOJAMIENTO
DEL VIAJE SEGÚN DURACIÓN
DE LA ESTANCIA (% verticales)

Alojamiento utilizado	Total turistas	«Turistas de Semana Santa (1-7 días)»		
		Total 1-7 días	1-3 días	4-7 días
• Hotel (hostal...)	61,7	71,7	60,0	75,3
• Pensión	2,4	2,2	4,4	1,5
• Habitación (particular)	2,3	1,6	1,6	1,7
• Camping, caravana	3,8	3,2	5,8	2,3
• Apartamento/casa/piso	27,5	19,9	23,3	18,7
Propio	7,3	3,0	3,8	2,7
Multipropiedad	2,3	1,2	1,6	1,1
Alquilado	5,4	3,7	1,4	4,4
Familiar/amigos	12,5	12,0	16,6	10,5
• Residencias	0,1	—	—	—
• Otros	2,2	1,4	4,3	0,5
Base: Personas en viaje				

de cada cinco. Esta cota se eleva en el «Turismo de Semana Santa (1-7 días)», precisamente por ser más utilizado en estancias de cuatro a siete días (cuadro 23).

- El «apartamento/casa/piso» es utilizado por un 27,5 por 100 de los turistas, descendiendo al 19 entre el «Turismo de Semana Santa (1-7 días)», al igual que descienden los restantes tipos de alojamiento.

Continuando con la base «personas en viaje», se observa que la gran mayoría de los turistas viaja en grupo (95 por 100), con doble incidencia del «grupo sin niños» (65 por 100) que del grupo con niños (30 por

Cuadro 24
TURISTAS: GRUPO DE VIAJE
SEGÚN DURACIÓN
DE LA ESTANCIA (% verticales)

Viaje organizado	Total turistas	«Turistas de Semana Santa (1-7 días)»		
		Total 1-7 días	1-3 días	4-7 días
• Viajan solos	5,0	4,1	5,3	3,7
• Viajan en grupo	95,0	95,0	94,7	96,3
En grupo con niños	30,0	25,8	37,7	21,7
En grupo sin niños	65,0	70,1	57,0	74,6
• Núm. medio componentes del grupo:				
Total (≥ 1 persona)	3,55	4,19	2,95	4,85
Grupo (≥ 2 personas)	4,11	4,85	3,31	5,70
— Grupo con niños	4,12	4,19	3,95	4,34
— Grupo sin niños	4,10	5,13	3,02	6,27
Base: Personas en viaje				

Cuadro 25
TURISTAS: GASTO DE VIAJE
EN ESPAÑA SEGÚN DURACIÓN
DE LA ESTANCIA (en miles)

Gastos en	Total turistas	«Turistas de Semana Santa (1-7 días)»		
		Total 1-7 días	1-3 días	4-7 días
• Gasto total/persona	60,7	42,4	26,9	50,5
Viajes/visitas	0,8	1,0	0,8	1,1
Alojamiento	8,0	8,3	5,7	9,7
Transporte	5,6	5,1	4,4	5,5
Comidas/bebidas	19,4	15,9	9,6	19,2
Ocio/cultura	4,8	4,5	1,3	6,2
Compras	9,4	5,4	4,3	6,0
Otros	12,8	2,1	0,8	2,8
• Estancia media	12,1	4,6	2,0	5,9
• Gasto diario/persona (en miles)	5,0	9,2	13,5	8,6
(Gasto total/estancia media)				

100); todavía más acentuada entre los «Turistas de Semana Santa (uno-siete días)», que sólo en uno de cada cuatro casos viajan en «grupo con niños» (25,8 por 100) (cuadro 24).

El promedio de componentes del grupo (4,11) se eleva en el «Turismo de Semana Santa (uno-siete días)» a 4,85, siendo más numerosos los grupos cuya estancia es de cuatro a siete días (5,70 personas en el grupo).

5. GASTO DE VIAJE

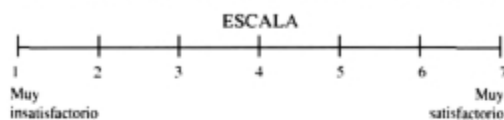
El «Turismo de Semana Santa (uno-siete días)» se gastó en su estancia en España unas 42.400 pesetas por persona, que si lo dividimos por el promedio de 4,6 días resulta un gasto diario por persona de 9.200 pesetas, indicando una alta rentabilidad de este turismo, que es más elevada en las estancias más breves: 13.500 pesetas/persona y día en estancia de uno-tres días (cuadro 25).

- En total, este «Turismo de Semana Santa (1-7 días)» habrá gastado en España en torno a 17.550 millones de pesetas.
- Su desglose, según partidas, sería:

	Millones de pesetas
Comidas/bebidas	6.597
Alojamiento	3.443
Transporte	2.116
Compras	2.240
Cultura/ocio	1.867
Viajes/visitas	416
Otros	871

Cuadro 26
TURISTAS: SATISFACCIÓN
CON EL VIAJE A ESPAÑA
(Medias : 1 a 7)

Aspectos	Total turistas	«Turistas de Semana Santa (1-7 días)»		
		Total 1-7 días	1-3 días	4-7 días
1. Alojamiento	5,69	5,59	5,45	5,67
2. Comidas	5,73	5,64	5,55	5,70
3. Ocio y diversión	5,63	5,51	5,41	5,57
4. Afluencia de turistas	5,33	5,34	5,42	5,30
5. Transportes	5,71	5,71	5,53	5,80
6. Relación precio/servicios	5,58	5,45	5,26	5,56
7. Precio-coste, global	5,54	5,40	5,28	5,46
8. Condiciones medio-ambientales	5,20	5,14	5,20	5,11
9. Seguridad ciudadana	5,80	5,76	5,78	5,75
10. Atención y tratos recibidos	5,97	5,93	5,94	5,92
• En conjunto (%verticales):				
Nada satisfactorio	0,1	0,2	0,5	—
Poco satisfactorio	1,2	1,2	0,5	1,5
Bastante satisfactorio	29,1	32,1	33,9	31,1
Muy satisfactorio	69,6	66,5	65,0	67,3
• Media (1 a 4)	3,68	3,65	3,63	3,66



El gasto total del «Turismo de Semana Santa (1-7 días)» en 1995 superó en unos 1.800 millones el de 1994 (15.761 millones).

6. SATISFACCIÓN CON EL VIAJE A ESPAÑA

La satisfacción del «Turismo de Semana Santa (uno-siete días)», con su viaje a España, es muy elevada, aunque algo menor que

la del turista en general del período (cuadro 26).

Los principales aspectos tienden a ser más satisfactorios para quienes permanecen de cuatro a siete días que para los de estancia más reducida (uno-tres días). Esta diferencia parece poco relevante, pues un 87 por 100 de los turistas de uno-tres días dicen que volverían a España frente al 81 por 100 de quienes han permanecido de cuatro a siete días.

7. CONCLUSIONES

1. Durante la Semana Santa de 1995 (del 13 al 17 de abril) entraron en España algo más de un millón de visitantes (1.028.000).

- Dos tercios de estos visitantes son *turistas* (697.000) y un tercio *excursionistas* (331.000).

Por aeropuerto, la práctica totalidad fueron *turistas* (98,7 por 100), mientras que por carretera se equilibran *turistas* (49,4 por 100) y *excursionistas* (50,6 por 100), iniciando la tendencia de los meses altos, que incrementan la proporción de turistas por carretera.

- Respecto a la Semana Santa de 1995 se ha producido en 1995 un *incremento del 13,5 por 100 de visitantes*, superior entre excursionistas (22,1 por 100) que entre turistas (9,8 por 100).
- Los «Turistas de Semana Santa (uno-siete días)» 1995 se cifran en 419.000,

lo que supone un incremento del 3,7 por 100 respecto a equiparable período de 1994.

2. Según el país de residencia, tres cuartas partes de los visitantes recibidos en la Semana Santa de 1995 proceden de cuatro países de Europa.

- De Francia (37 por 100) ha venido un amplio tercio de visitantes, duplicando la cota de Alemania (17,3 por 100), a la que siguen Reino Unido (10,6 por 100) y Portugal (9,8 por 100).

Los 380.000 visitantes de Francia suponen un enorme incremento (74,3 por 100) respecto al año 1994. Fue importante (+32,9 por 100) también el incremento del reino Unido, de donde provienen 109.000 visitantes y discreto (11,9 por 100) el de Alemania, con 178.000.

- También en turistas, Francia, con 172.000 casi nos ha enviado el doble que en 1994, por lo que se equipara a Alemania (169.000), duplicando al Reino Unido (87.000).
- En el más restringido concepto del «Turismo de Semana Santa (uno-siete días)», Francia, con su elevado incremento del 65,3 por 100, encabeza el ranking, con 124.000, duplicando a Alemania (63.000), que se mantiene, y al Reino Unido (63.000), que incrementó un 21,2 por 100.

3. Entre las Comunidades autónomas de destino principal de los turistas destaca Cataluña, que logra 225.000 turistas, al aglutinar un tercio de las entradas del 13 al

17 de abril. También incrementó la Comunidad Valenciana, la cual, con 115.000 turistas, se iguala ahora a Andalucía (115.000), que descendió levemente.

- En el «Turismo de Semana Santa (uno-siete días)» todavía se incrementa más el liderazgo de Cataluña, que logra una participación del 40,7 por 100 por su predominancia de uno-tres días. Por el contrario, tiende a descender el incremento de «Turismo de Semana Santa (uno-siete días)» en las Comunidades Autónomas con mayor tendencia a estancias de cuatro-siete días, y más prolongadas: Canarias (7,5 por 100), Comunidad Valenciana (12 por 100) e Islas Baleares (7,4 por 100).

4. En la Semana Santa de 1995 (al igual que sucedió en la de 1994) se desvelan connotaciones de «período vacacional», como el elevado motivo del ocio, que entre turistas alcanza el 89,8 por 100, equiparándose al trimestre de verano (corroborado incluso por el incremento entre excursionistas del motivo «paso a otros países —12,3 por 100—, aunque éste sea turismo para otros países).

- Es también elevada la «organización personal del viaje» (54,2 por 100), como sucedió en Semana Santa y en verano de 1994, al ser más característica de viajes de ocio (56,6 por 100) y en Semana Santa de 1995, especialmente de viajes cortos (79,4 por 100 en estancias de uno-tres días).
- Sólo un 5 por 100 de los turistas viajan solos, siendo de 4,11 personas el tama-

ño medio de los grupos. Esta tendencia se acentúa en el «Turismo de Semana Santa (1-7 días)», con un 95,9 por 100 de personas que viajan en grupo, con promedio de 4,85 componentes, más alto en estancias de cuatro a siete días que en las de uno a tres.

5. El «Turismo de Semana Santa (uno-siete días)» fue *muy rentable*, por el elevado promedio de gasto: 9.200 pesetas, por persona y día.

El *gasto total en España* de los «Turismo de Semana Santa (uno-siete días)» se estima en *17.550 millones de pesetas*, superando en 1.800 millones al de 1994.

6. La satisfacción de los «Turismo de Semana Santa (uno-siete días)» con su viaje a España es muy elevado según ítems, y porque un 83 por 100 dice que volvería a España.