

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES



AÑO 2023

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos
NIPO: 219-24-018-5
Año: 2024



Tabla de contenido

Introducción.....	4
resumen ejecutivo	5
satisfacción del turista internacional.....	7
Satisfacción general	7
Satisfacción por dimensiones	9
Desglose de dimensiones	9
Satisfacción en diferentes ítems por dimensiones.....	11
Satisfacción respecto al entorno turístico.....	11
Satisfacción respecto al alojamiento	12
Satisfacción respecto a la gastronomía y restauración.....	13
Satisfacción respecto al ocio	14
Satisfacción respecto a la sostenibilidad	15
Satisfacción respecto al transporte	18
Satisfacción del turista internacional por tipo de alojamiento en destino.....	21
Satisfacción del turista internacional por mercado de origen	23
Satisfacción del turista internacional por CC. AA. de destino	26
Satisfacción según el motivo principal de la visita	27
Satisfacción según variables sociodemográficas	28
Otros aspectos recogidos en la encuesta.....	31
Consideración de destinos alternativos	31
Motivos de elección de destino.....	34
Relación previa con España	36
Intención de volver	36

INTRODUCCIÓN

La “Encuesta de Satisfacción de los Turistas Internacionales” (ESTI) es una investigación de mercado con base estadística y cobertura nacional, realizada con el objetivo de mantener una periodicidad anual, que supone un instrumento básico e imprescindible para la gestión de un destino turístico como España (con un elevado índice de repetición) y de los distintos destinos que la componen y una herramienta fundamental para orientar adecuadamente la labor de marketing de TURESPAÑA y de otros organismos encargados de la promoción de destinos turísticos españoles. Esta operación permite conocer, entre otras variables, el grado de satisfacción del turista tras su paso por España, así como las características básicas en relación con su país de residencia, comunidad autónoma de destino, duración de la estancia, alojamiento o motivo del viaje.

4

En este informe se realiza un análisis de las principales variables recogidas en la encuesta en relación con los turistas internacionales que visitaron España en 2023:

- Satisfacción global del turista internacional en su visita a España.
- Satisfacción y cumplimiento de las expectativas sobre diferentes dimensiones del viaje (alojamiento, gastronomía, ocio, entorno turístico, infraestructuras, uso de transportes en destino).
- Grado de satisfacción sobre diferentes ítems para cada dimensión del epígrafe anterior.
- Consideración de destinos alternativos.
- Razones de la elección de España como destino del viaje.
- Existencia de una vinculación especial con España.
- Intención de repetir la visita en los próximos 12 meses.

La encuesta HABITUR se elaboró con una metodología similar en los años 2010, 2011 y 2016, lo que permite analizar la evolución experimentada en las distintas variables de la encuesta, con la salvedad de que en la Encuesta de Satisfacción se ha modificado el cuestionario para incluir preguntas relativas a la sostenibilidad y se ha sustituido la escala de 1 a 10 por una escala de Likert de 1 a 5, más fácilmente comprensible y

evaluable por los entrevistados, pues el 1 se corresponde con “muy insatisfecho/a” y el 5 con “muy satisfecho/a”, mientras que podemos considerar el 3 como una actitud neutra, cuando el entrevistado no se define como satisfecho, ni como insatisfecho. En este informe se ha incluido una transformación a la escala utilizada en HABITUR para poder realizar comparativas, teniendo siempre en cuenta que la pregunta no se ha formulado con la misma escala al informante.

Para la edición de 2023 se han realizado, en tres períodos diferenciados a lo largo del año, un total de 19.439 encuestas (18.947 en la edición de 2022)¹.

RESUMEN EJECUTIVO

En 2023 nos visitaron 85,1² millones de turistas, batiendo todos el récord precovid registrado en 2019, cuando nos visitaron 83,5 millones de turistas.

5

La enorme competencia que vive el sector turístico internacional hace que la fidelidad y la satisfacción sean objetivos fundamentales para mantener la posición de liderazgo que ocupa España, y a su vez, factores impulsores en la mejora de la rentabilidad de los destinos.

La lealtad del turista al destino proporciona estabilidad, porque reduce la dependencia de la conquista constante de nuevos visitantes y produce un efecto acumulativo (turistas que repiten su estancia) que asegura unos ingresos estables.

El grado de satisfacción percibida por los turistas internacionales en su visita a España es un factor determinante de cara a conseguir y mantener esa lealtad esperada por su parte, frente a la alternativa de que se decanten por algún otro destino competidor en los viajes próximos que realicen.

Según el presente estudio, el **nivel de satisfacción** con el viaje en 2023 ha sido, en general, muy alto (97% de satisfechos y muy satisfechos). La dimensión más valorada es la **oferta de ocio**, con un 95% de satisfechos y muy satisfechos (aquí se incluye la oferta cultural, las playas, la oferta de entretenimiento, el ocio nocturno y la oferta de

¹ Ver documento “Nota metodológica” disponible junto a este informe.

² Fuente: FRONTUR 2023 - INE. Datos provisionales a marzo de 2024.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

instalaciones deportivas). Todas las dimensiones, salvo la sostenibilidad están en un rango muy estrecho y con puntuaciones muy altas (superiores al 90 % de satisfechos + muy satisfechos).

Hay algunas diferencias en el grado de satisfacción, según el **origen de los viajeros**: mientras que los viajeros procedentes del Reino Unido, de América (EE.UU. e Iberoamérica) y de Polonia, parecen haber visto satisfechas sus expectativas en mayor medida que el resto, los suizos, chinos, belgas y alemanes parecen haber quedado ligeramente menos satisfechos, dentro de una puntuación que, en todos los casos muestra un alto **grado de satisfacción** (en el conjunto de la muestra, el **65 % de los encuestados declaran estar muy satisfechos** con su viaje y para todos los orígenes analizados con muestra suficiente, más del 54 % de los encuestados afirman estar muy satisfechos con su viaje).

6

Si observamos el nivel de satisfacción **en función de la comunidad autónoma** de destino, teniendo en cuenta que basta con que hayan pernoctado una noche en algún destino de dicha comunidad, vemos que hay pocas diferencias, dentro del nivel general de satisfacción. Destaca un mayor porcentaje de muy satisfechos en Andalucía, Canarias y Comunidad Valenciana. Muchas de las diferencias en los porcentajes de los distintos niveles de satisfacción en el resto de CC. AA. no son estadísticamente significativas. La nota media de satisfacción más alta corresponde a Andalucía.

Si ponemos en relación el grado de satisfacción general con el **motivo principal del viaje**, comprobamos que en la muestra actual sólo hay 5 motivos con los que se asocian unos niveles de satisfacción significativamente distintos al resto: cultural, negocios, visita a familiares o amigos, naturaleza y otros tipos de ocio. Los viajeros que acuden para **visitar familiares o amigos**, por **turismo cultural** o por **otros tipos de ocio** son los que han quedado **muy satisfechos** en mayor proporción y los que acuden por **negocios**, los que presentan una proporción menor (aun así, superior al 50%)

En cuanto a los elementos que se valoran en las distintas dimensiones, destaca la mejor valoración **del trato del personal** y la menor valoración relativa de la **ausencia de ruidos** en la satisfacción con el alojamiento. En el caso de la **restauración**, el aspecto mejor valorado es el trato del personal y el menos valorado, la relación calidad/precio.



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

La **oferta cultural** es la alternativa de ocio que presenta mejores puntuaciones de satisfacción. En cuanto al **entorno**, la **belleza del paisaje** y la **seguridad** son los aspectos mejor valorados, mientras que el **dominio de idiomas** y la **contaminación** son los que muestran peores índices de satisfacción. Por lo que se refiere a la **sostenibilidad**, los aspectos con mayor índice de satisfacción son el **aprovechamiento de recursos** (energía, agua, etc.) y la **gestión de residuos** y el menos valorado es el de la **información/posibilidades de compensación de la huella de carbono**. Se examinó también la satisfacción de los viajeros con los distintos medios de **transporte público** en destino. La principal conclusión es que la satisfacción fue muy alta.

El **clima y la oferta cultural** fueron las dos principales motivaciones aducidas por los turistas no residentes en 2023 para haber elegido España como destino de su viaje. En 2016 primer factor determinante de la elección de España también era el clima, pero con casi 6 puntos porcentuales más y el segundo era la visita a familiares y amigos. La oferta cultural se encontraba entonces en tercer lugar.

El porcentaje de turistas no residentes que no tenían **ninguna vinculación previa** con España permanece estable desde 2016 en torno al 66%

El 66% de los turistas internacionales en 2023 han manifestado su intención de volver a España dentro de los próximos 12 meses.

SATISFACCIÓN DEL TURISTA INTERNACIONAL

SATISFACCIÓN GENERAL

El grado de satisfacción de los turistas internacionales se ha situado en el año 2023 en un 4,62 sobre 5, frente al 4,59 de 2022.

Los resultados elevados a población de la encuesta de satisfacción nos permiten concluir que, en 2023, el grado de satisfacción general percibido por los turistas en su estancia en España fue de 4,62 puntos de media en una escala de 1 a 5. Por motivos de comparabilidad con la operación que se realizaba antes de la pandemia, se ha mantenido la transformación lineal a la escala empleada en HABITUR, que ya se realizó el año pasado, resultando entonces en una nota de 9,08 de 10. Esta nota sube hasta



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

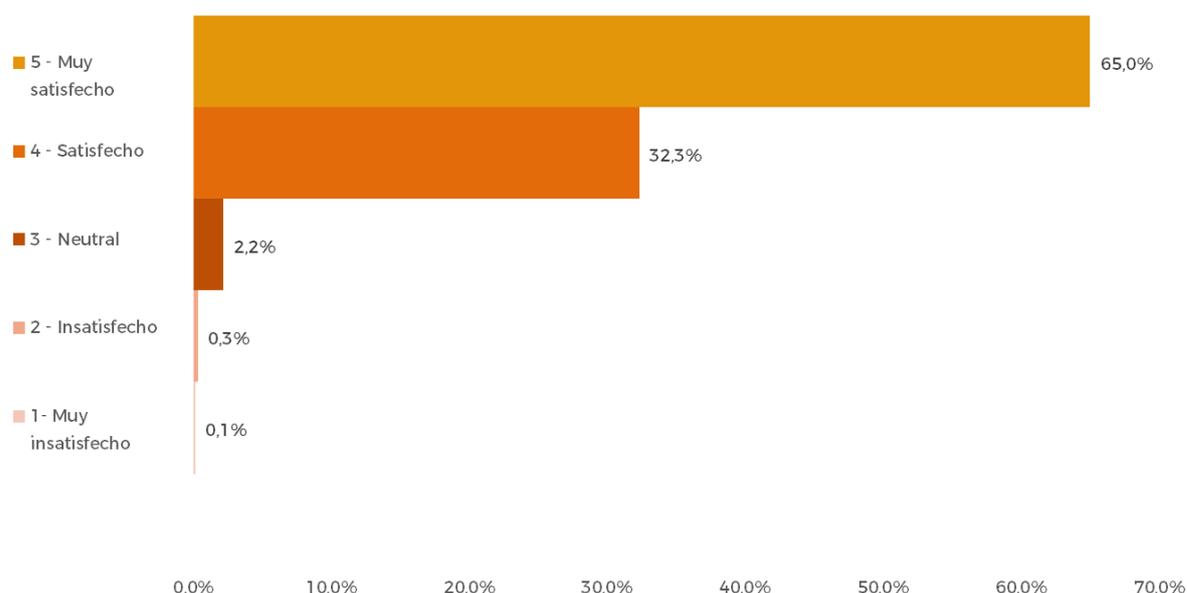
9,14 en 2023. Esto permite estimar que probablemente se mantiene la tendencia al alza en la puntuación que se observaba en años anteriores (en HABITUR 2016 fue de 8,76, mientras que en 2011 fue de 8,55 y en 2010 fue de 8,46).

Como se ha descrito anteriormente, en la Encuesta de Satisfacción se ha optado por una escala de Likert de 1 a 5, en la que 1 se corresponde con “muy insatisfecho/a”, 2 con “insatisfecho”, el 3 sería una opción “neutral”, el 4 “satisfecho” y finalmente el 5 “muy satisfecho/a”,

Así, desglosando por porcentajes, podemos ver en la siguiente gráfica como el 65 % de los turistas que nos visitaron en 2022 han quedado muy satisfechos con dicha visita incrementándose más de 2 puntos desde el 62,7 % de la encuesta anterior. En total, el 97 % (96,9 % en 2022) ha quedado satisfecho o muy satisfecho con su visita a nuestro país.

8

Porcentaje de turistas según grado de satisfacción general



Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.



SATISFACCIÓN POR DIMENSIONES

El grado de satisfacción general percibida en un viaje es el resultado de un conjunto de factores externos e internos. En la encuesta de esta edición, siguiendo en gran medida las anteriores, se pidió a los turistas que hicieran una valoración general del viaje en su conjunto y de una variedad de dimensiones que se consideran representativos de los factores externos. Éstos fueron **alojamiento, restauración, ocio, entorno turístico en destino, los transportes en destino y las infraestructura así como** preguntas relacionadas con la **sostenibilidad**. Esta última fue una novedad de la primera edición de la ESTI y nos permite conocer la percepción de los turistas de la sostenibilidad de nuestro país respecto a sus expectativas, que pueden venir condicionadas por sus países de origen u otros destinos en los que han estado, así como su evolución en el tiempo, siendo una variable que puede potencialmente influir cada vez más en la toma de decisiones de muchos turistas respecto a la elección de su destino vacacional.

9

DESGLOSE DE DIMENSIONES

Al hablar de dimensiones debemos tener en cuenta que mientras que ciertas variables son comunes a todos los visitantes, como la puntuación del entorno, otras solo son puntuadas por aquellos que han hecho uso o disfrutado de la misma, tales como el alojamiento o la restauración.

En general, un 73 % de los encuestados ha utilizado algún tipo concreto de alojamiento de pago (hoteles, aparthoteles, hostales, etc.), un 84 % ha utilizado servicios de restauración, un 87% ha realizado actividades de ocio y un 67 % ha utilizado algún medio de transporte público en destino. El resto de las dimensiones podemos considerarlas comunes a todos los visitantes.

En el siguiente cuadro se recogen los promedios de las puntuaciones de satisfacción de la muestra, los promedios elevados a población y éstos últimos transformados a escala 1-10. Aunque la escala de Likert representa categorías ordinales y no se trata de una variable numérica pura; es decir, que no podemos asegurar con certeza que la distancia sea idéntica entre los distintos niveles de satisfacción (que la distancia entre

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

1 y 2 sea la misma que entre 2 y 3, o entre 3 y 4, o entre 4 y 5), hemos optado por calcular estas puntuaciones medias, como un punto de referencia sencillo de comprender, a efectos de poder comparar distintas variables con una sola referencia.

Grado de satisfacción de los turistas internacionales por dimensiones

Año 2023 Valoración 1-5 y 1-10			
Dimensión	2023 (1-5)	2023 (1-10)	% Muy satisfechos
Ocio	4,53	8,95	59,5%
Transporte	4,53	8,94	63,1%
Infraestructuras	4,49	8,85	58,5%
Restauración	4,41	8,68	50,0%
Entorno	4,39	8,63	47,6%
Alojamiento	4,39	8,63	51,1%
Sostenibilidad	4,00	7,75	30,8%
Grado de satisfacción general	4,62	9,14	65,0%

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

10

Observamos como la satisfacción es muy alta, tanto con el viaje en su conjunto, como con todas las dimensiones contempladas, con pocas diferencias, excepto con la **sostenibilidad**. En este caso una gran parte puede deberse a la dificultad de los encuestados para valorar correctamente esta dimensión que contiene elementos, como veremos más tarde, como la “información sobre la huella de carbono”, más desconectados con la experiencia personal del viajero, lo que puede influir en que gran parte prefieran responder con una puntuación de 3 que se interpreta como neutral o con un no sabe/no contesta. Así, el porcentaje de satisfechos y muy satisfechos es del 73,7% y el de insatisfechos y muy insatisfechos, sólo del 4,1 %.

Destaca, por la parte alta, al igual que el año pasado, el “Ocio”, con **4,53 puntos**, **igualado** este año por los **transportes** debido a su **mejoría** en la puntuación. Este último supera en muy satisfechos al ocio con un 63,1% frente al 59,5%, incrementándose ambos respecto a la encuesta anterior. Les sigue de cerca las infraestructuras con 4,49 puntos y 58,5 % de muy satisfechos.



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

Respecto a 2022 observamos, excepto en sostenibilidad, ligeros incrementos en todas las categorías que permite que la **satisfacción general se incremente de 4,59 al 4,62**. Por tanto, respecto a las últimas 3 encuestas podemos ver mejorías en las puntuaciones: en la de 2016, en 2022 y finalmente un 9,14 en 2023.

Respecto a la sostenibilidad, su disminución es mínima (4,00 frente a un 4,01) por lo que no se puede sacar una conclusión de su tendencia al disponer tan solo de dos ediciones incluyendo esta cuestión.

SATISFACCIÓN EN DIFERENTES ÍTEMS POR DIMENSIONES

El aumento de la **competitividad** en los destinos turísticos hace que la calidad y el incremento de la satisfacción en los productos y servicios ofrecidos sean un objetivo constante.

En el ámbito del turismo los conceptos de **calidad y satisfacción** caminan de la mano, pudiéndose decir que es la calidad del producto o servicio lo que el turista recibe “a priori” y que, posteriormente, se traduce o cuantifica en el grado de satisfacción, en proporción a sus expectativas.

Con el objetivo de enriquecer la información, los turistas internacionales además de hacer una valoración del grado de satisfacción global por productos, también valoraron componentes muy concretos para cada producto obteniéndose en promedio los siguientes grados de satisfacción.

SATISFACCIÓN RESPECTO AL ENTORNO TURÍSTICO

Como hemos visto anteriormente el entorno turístico obtiene una puntuación media de 4,39 con un 47,6 % que afirman estar muy satisfechos con el mismo (frente al 45,8 % del año pasado).

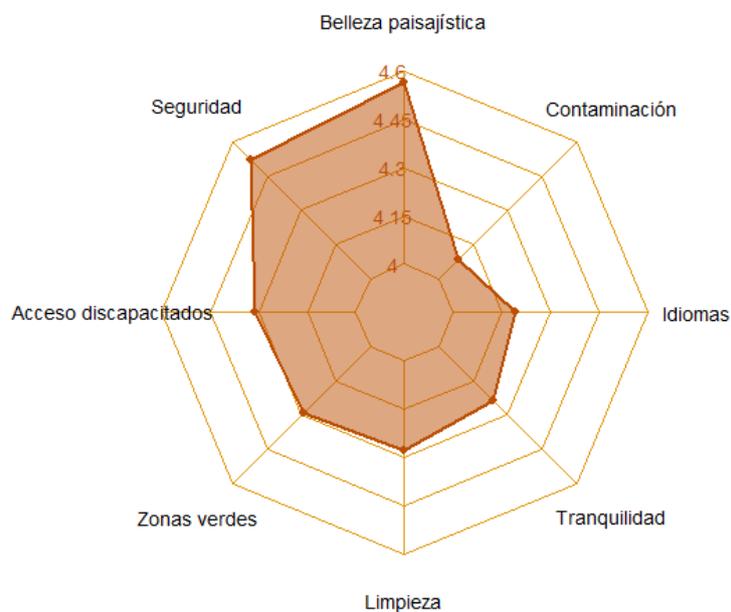
De esta dimensión, los elementos que ayudan a obtener una puntuación más elevada son la **belleza de paisaje**, con 4,57 puntos (y un 66,06 % de muy satisfechos con el mismo), la seguridad, con 4,52 y **accesos para discapacitados** con 4,31, que sobrepasa a las zonas verdes en tercera posición, obteniendo esta última un 4,29 seguido muy de cerca de **limpieza** y su 4,28.



Por su parte, la puntuación de cómo perciben la **contaminación** en nuestro país, o concretamente en el destino elegido, se sitúa en lo más bajo, pero por encima de 4 puntos. También recibe una puntuación más baja que el resto el manejo de **idiomas extranjeros por parte de la población local**, con 4,19 puntos y 48,57% de muy satisfechos.

Respecto a 2022, podemos ver una mejoría en casi todos los elementos por los que han sido preguntados.

Puntuaciones elementos entorno turístico



Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

SATISFACCIÓN RESPECTO AL ALOJAMIENTO

Un 73 % de los encuestados ha utilizado alojamientos de pago (hoteles, aparthoteles, hostales, etc.), Son estos usuarios los que han puntuado esta dimensión, así como los diferentes elementos que la componen. Pero debemos tener también en cuenta que, pese a que se hayan empleado un alojamiento reglado, puede que no hayan utilizado todas las funcionalidades del mismo o que el lugar donde estuvieran no tuvieran ciertos componentes tales como servicio de habitaciones o alimentación. Por lo tanto, las puntuaciones son derivadas tan solo de aquellos que han valorado cada elemento.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

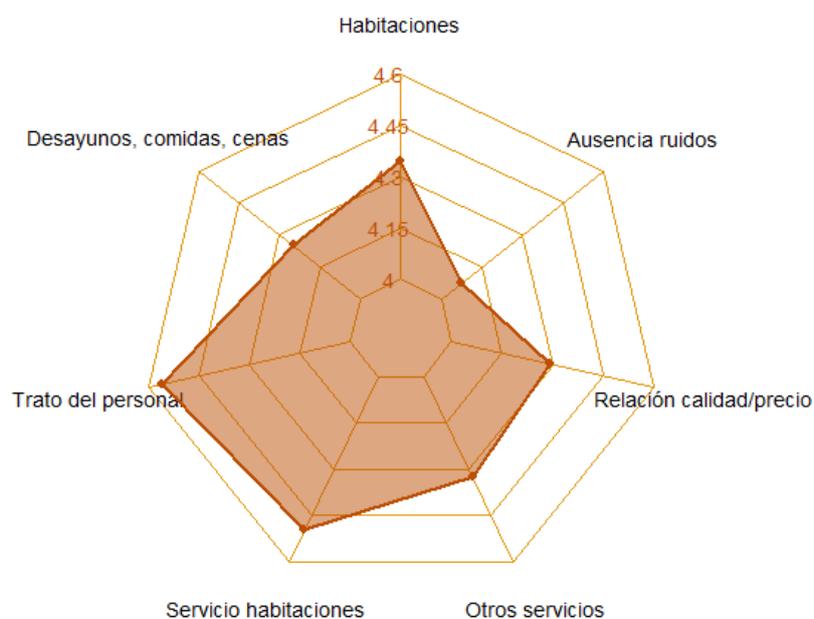
2023

Al analizar los ítems que más influyen en la satisfacción global respecto al alojamiento, encontramos que el **trato o profesionalidad del personal** es la que tiene mejor valoración, con 4,56 puntos y un 66,46% de muy satisfechos, mejorando en ambos aspectos respecto a la pasada edición.

Le sigue de cerca el **servicio de habitaciones** con un 4,49 y un 63,14% de muy satisfechos.

También coincidiendo con la pasada edición, la ausencia de ruidos por su parte es la que afecta más negativamente a la puntuación global puesto que obtiene 4,07 puntos, con un 46,07% de muy satisfechos.

Puntuaciones elementos alojamiento



Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

SATISFACCIÓN RESPECTO A LA RESTAURACIÓN

Un 84% de los turistas ha utilizado servicios de restauración. Al igual que el alojamiento, las puntuaciones obtenidas en esta dimensión son de aquellos que han hecho uso de estos servicios y sus diferentes elementos.

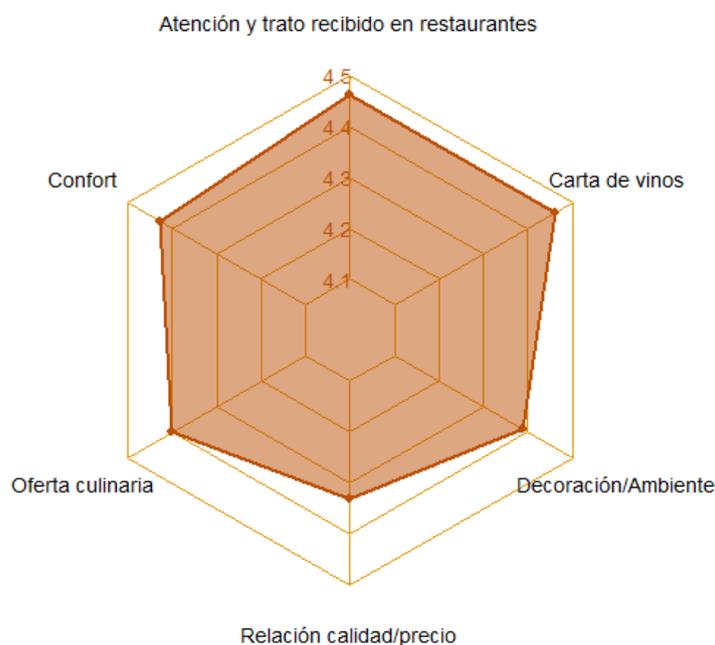
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

En este caso obtenemos unas puntuaciones elevadas y muy similares, con tan solo una diferencia de 0,13 puntos entre la máxima puntuación recibida por el “trato en el restaurante” (4,46 puntos) y la mínima obtenida por “relación calidad precio” (4,33 puntos).

Mayores son las diferencias entre los **muy satisfechos**, pues la primera cuenta con un 57,75 % de muy satisfechos mientras que la última se conforma con un 49,21 %, ambas mejorando respecto a la encuesta de 2022.

Puntuaciones elementos gastronomía y restauración



Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

SATISFACCIÓN RESPECTO AL OCIO

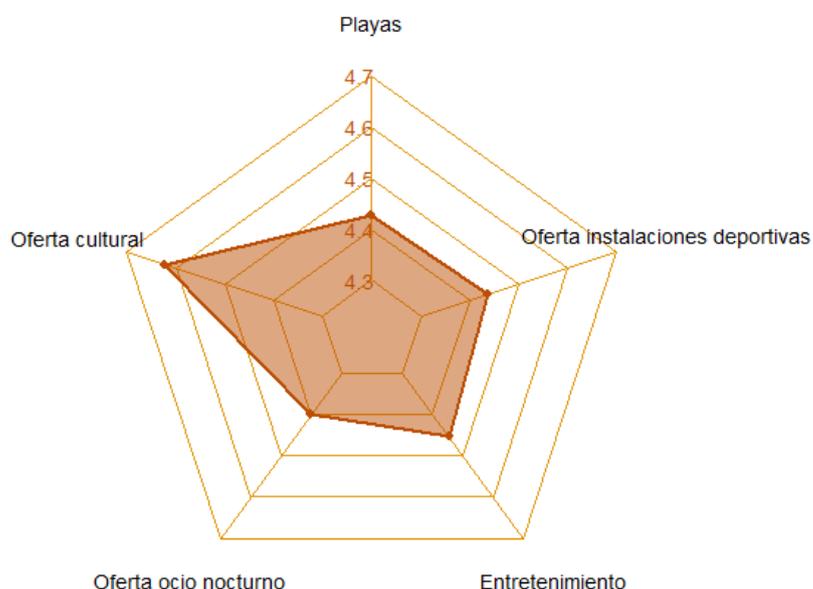
Como hemos visto anteriormente el ocio es la dimensión con la mayor puntuación con una satisfacción global de 4,53 puntos. Sin embargo, al preguntar por las diferentes dimensiones vemos puntuaciones más bajas que las otorgadas al global.

En esta dimensión es en la que encontramos más cambios respecto a la satisfacción observada en la edición anterior. Así, en 2023 el elemento más valorado del ocio fue la **oferta cultural**, con un 4,62 (4,62 en 2022) y más de un 70 % de muy satisfechos. El año pasado la segunda posición fue ocupada por la **oferta de playas**, pero la disminución

en su valoración (4,43 frente al 4,5 del pasado año), ha hecho que la **oferta de entretenimiento** le supere con un 4,46, que incrementa notablemente su resultado respecto al 4,25 de 2022.

Otro elemento que obtiene un destacable incremento es la valoración de las **instalaciones deportivas** que pasa de un 4,24 a un 4,44 en la presente edición, en la cual cabe destacar que todos los elementos superan con amplio margen el 50 % de muy satisfechos, siendo el mínimo un 54,60 % del ocio nocturno.

Puntuaciones elementos del ocio



15

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

SATISFACCIÓN RESPECTO A LA SOSTENIBILIDAD

Finalmente nos centramos en la dimensión de sostenibilidad, una de las grandes novedades de la ESTI en relación a HABITUR.

La percepción del compromiso de sostenibilidad del destino es la que menor puntuación recibe con un 4 en su conjunto.

Dentro de la misma, los elementos que los turistas perciben de manera más positiva son el **aprovechamiento de recursos**, con un 4,09 de puntuación, seguido de la **gestión de residuos**, con 4,04 e igualadas con 4,01 encontramos el **impacto en la sociedad local y el reciclaje**.

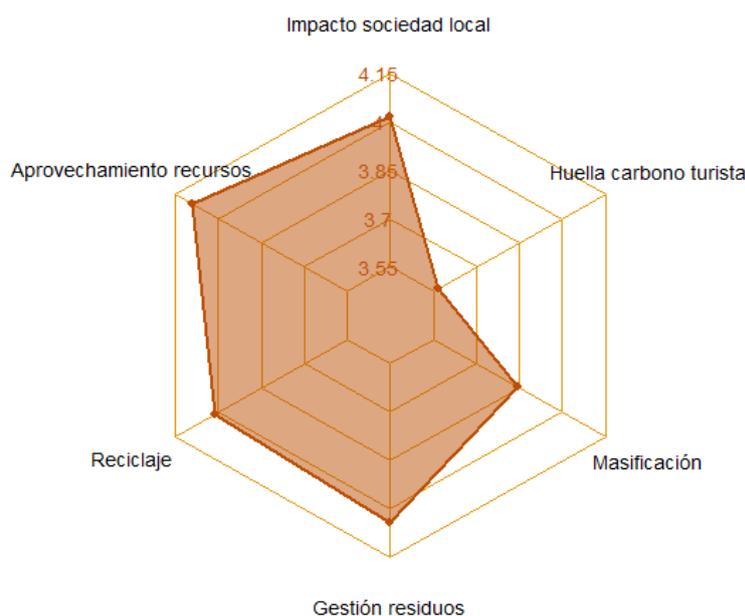
La gran diferencia se encuentra en la pregunta sobre la **información y/o posibilidades de compensación de la huella de carbono** en la que el nivel de insatisfechos o muy insatisfechos alcanza el 20,08% y una puntuación de 3,57. Esto sin embargo supone una importante mejoría respecto a la pasada edición dónde ese porcentaje alcanzaba casi el 30% y una puntuación total de 3,48. Debemos tener en cuenta que se trata de un concepto algo más complejo y más difícil de cuantificar en la percepción del viajero que otras variables tales como la masificación, También que parte de la insatisfacción puede deberse a una percepción de deficiente información sobre cómo cuantificar y valorar la huella de carbono generada por el propio viaje.

Cabe destacar otro elemento que es la valoración de la **saturación o masificación del destino**, que disminuye ligeramente pasando del 3,87 al 3,84 de la presente edición por lo tanto es importante, a largo plazo, fijarse en su tendencia para poder determinar si existe un problema con la percepción de este elemento y poder, en su caso, tomar las medidas necesarias para mejorar esta dimensión.

16

La inclusión de las preguntas sobre sostenibilidad la pasada edición nos permite tener datos sobre su percepción por parte de los visitantes de otros países y establecer una tendencia y observar su evolución en las futuras ediciones de la encuesta.

Puntuaciones elementos de la sostenibilidad



Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

Ranking valoraciones por ítems

Elementos	Puntuaciones		Porcentaje de muy satisfechos
	Escala 1-5	Escala 1-10	%
Oferta cultural	4,62	9,15	70,3
Oferta de entretenimiento	4,46	8,77	60,6
Instalaciones deportivas	4,44	8,73	60,4
Playas	4,43	8,71	58,8
Ocio nocturno	4,40	8,65	54,6
Trato en el restaurante	4,46	8,79	57,7
Carta de vinos	4,46	8,79	59,5
Confort	4,43	8,71	53,8
Oferta culinaria	4,40	8,65	55,4
Decoración/ambiente	4,39	8,63	52,6
Relación calidad/precio	4,33	8,49	49,2
Belleza del paisaje	4,57	9,02	66,1
Seguridad	4,52	8,92	64,0
Accesos para discapacitados	4,31	8,45	53,4
Zonas verdes	4,29	8,40	51,3
Limpieza	4,28	8,37	48,7
Tranquilidad	4,24	8,29	47,7
Idiomas	4,19	8,18	48,6
Contaminación	4,08	7,94	40,1
Aprovechamiento de recursos	4,09	7,95	39,6
Gestión de residuos	4,04	7,84	39,4
Impacto en la sociedad local	4,01	7,78	36,8
Reciclaje	4,01	7,78	39,6
Masificación/saturación	3,84	7,40	29,2
Información/compensación huella carbono	3,57	6,78	28,1
Trato en el alojamiento	4,56	9,01	66,5
Servicio de habitaciones	4,49	8,86	63,1
Habitaciones	4,34	8,52	51,1
Otros servicios	4,33	8,48	54,0
Relación calidad/precio	4,29	8,41	47,8
Desayunos/comidas/cenas	4,25	8,31	49,5
Ausencia de ruidos	4,07	7,92	46,1

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

Ordenados todos los elementos de las diferentes dimensiones los cinco que encabezan el ranking en 2022 son: la oferta cultural (4,62 puntos), la belleza paisajística (4,57 puntos), el trato en el alojamiento (4,56 puntos), la seguridad (4,52 puntos) así como el servicio de habitaciones (4,49 puntos).

Respecto al informe de 2022 encontramos que dentro de las primeras cinco posiciones repiten 3 elementos, dos de ellos incluso en la primera y segunda posición como son la oferta cultural y la belleza paisajística, algo que también ocurre en la edición de 2016.

Respecto al año pasado, las playas y su disminución hacen que no esté en este ranking mientras que la mejora del servicio de habitaciones le sitúa en el puesto 5º. A nivel absoluto, todos los elementos situados en las primeras cinco posiciones aumentan su puntuación respecto al informe previo.

18

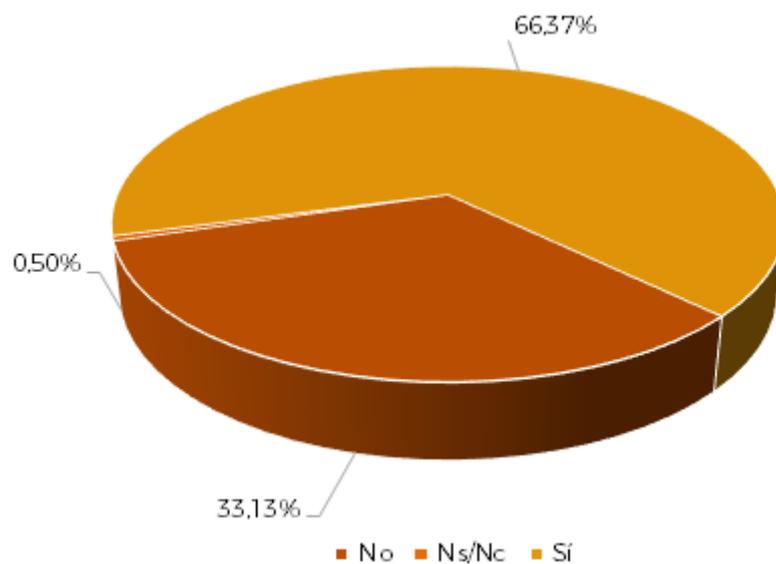
SATISFACCIÓN RESPECTO AL TRANSPORTE

En la encuesta se pregunta a los turistas si han utilizado transporte público en destino y, en caso afirmativo, se pregunta si han utilizado cada uno de los medios de transporte siguientes: tren, autobús, metro, taxi, barco, avión u otros medios de transporte para, finalmente, preguntar por su grado de satisfacción con los medios de transporte empleados.

La satisfacción con los medios de transporte fue muy alta, como hemos visto al principio. Más del 63 % de los turistas usuarios de los mismos (56 % en 2022) quedaron muy satisfechos y la nota media fue de 4,53 (4,47 en 2022). En la encuesta no se preguntaba por la valoración de cada medio de transporte utilizado, sino por la satisfacción general con los medios de transporte y el medio o medios utilizados.

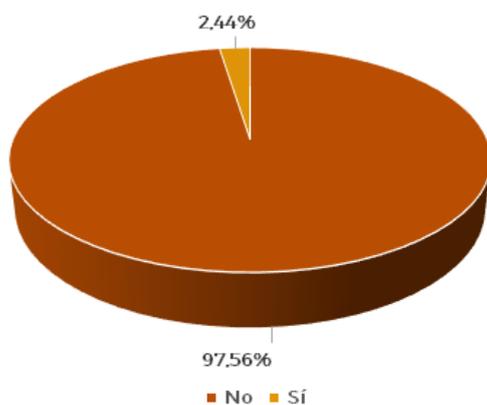
A continuación se detalla la proporción sobre el total de turistas que utilizaron medios de transporte y cada uno de ellos:

Empleó algún medio de transporte

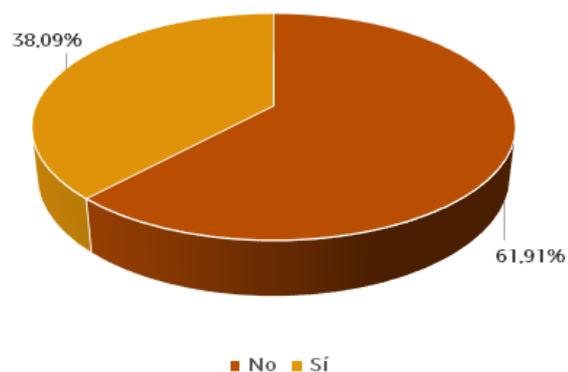


19

Utilizó barco



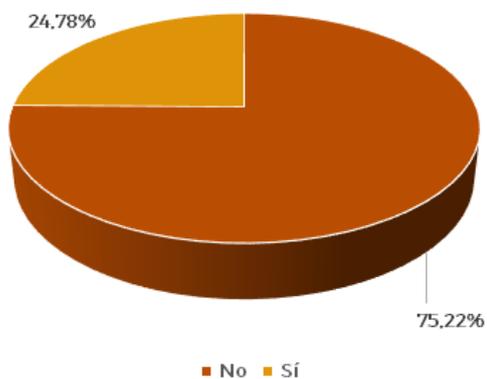
Utilizó autobús



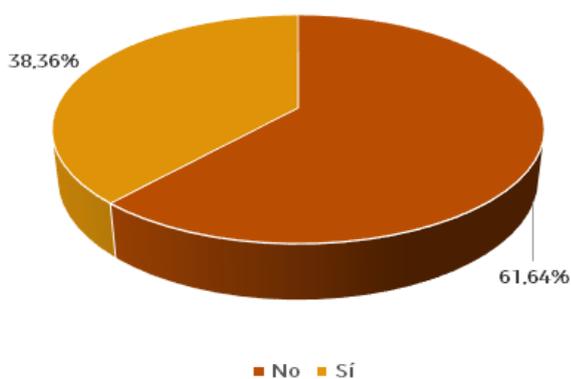
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

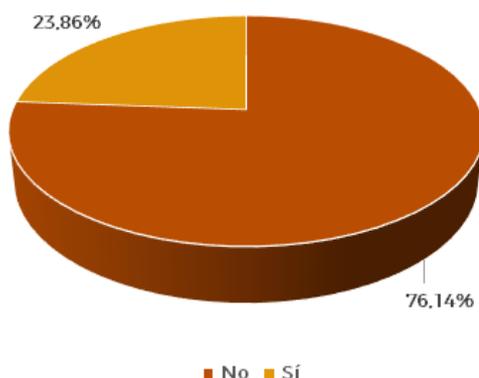
Utilizó metro



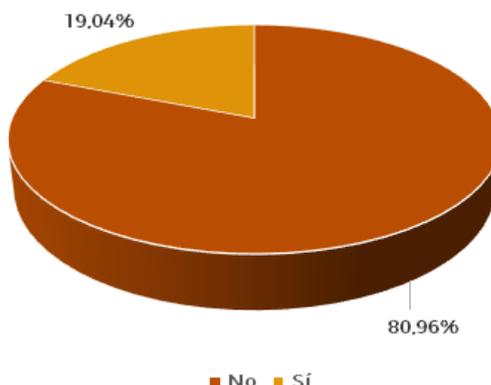
Utilizó taxi



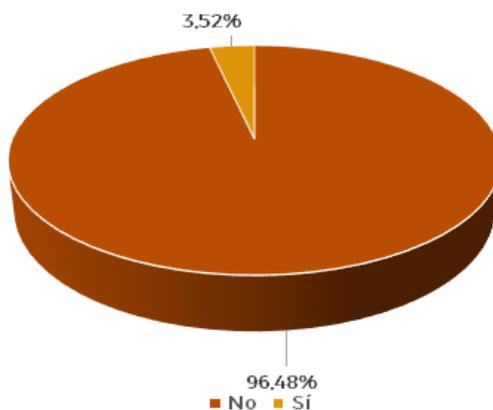
Utilizó avión



Utilizó tren



Empleó otros medios de transporte



20

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

Podemos observar que el 63,37% de los encuestados empleó algún tipo de **transporte** en nuestro país, prácticamente el mismo porcentaje de los que lo usaron en 2022. Los más empleados fueron, en orden, el **taxi** con un 38,36% de usuarios, seguidos del **autobús** (38,09%) y el **metro** (24,78%), transportes asociados a las ciudades o a la totalidad del territorio en el caso del autobús.

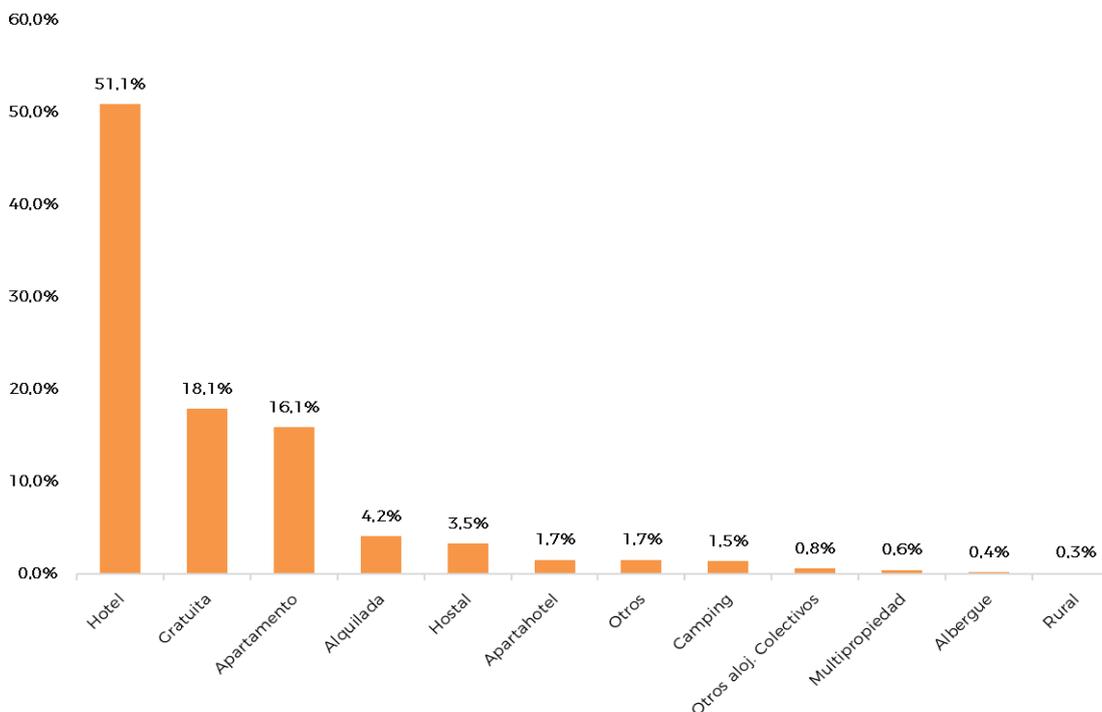
Para viajes más largos la preferencia fue del **avión** (23,86% de uso) respecto al **tren** (19,04% de uso) y finalmente el transporte en **barco**, reservado en gran parte a los visitantes de las zonas insulares (2,44% de uso).

SATISFACCIÓN DEL TURISTA INTERNACIONAL POR TIPO DE ALOJAMIENTO EN DESTINO

Como novedad en 2023 se ha preguntado por la satisfacción con el alojamiento no sólo a los que se han alojado en alojamientos colectivos reglados, sino también en el resto de tipologías, con excepción de "vivienda gratuita (en propiedad, de familiares o amigos)" y "otros alojamientos" no especificados.

21

Porcentaje por tipo de alojamiento de los turistas



Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

Claramente, la opción preferida por los turistas que visitan nuestro país son los hoteles, con más de un 50% de ellos hospedados en este tipo de alojamientos.

La opción gratuita (por ejemplo, en casa de familiares o amigos) fue el alojamiento del 18,1%, seguidos de cerca por los apartamentos (16,1%). Lejos, con menos de un 5% cada una, se sitúan otras opciones tales como los alquileres, hostales o campings.

A continuación veremos el nivel de satisfacción de los turistas según que opción han elegido.

Grado de satisfacción por tipo de alojamiento elegido

Año 2023 Valoración 1-5 y 1-10			
Tipo alojamiento	2023 (1-5)	2023 (1-10)	% Muy satisfechos
Multipropiedad	4,83	9,62	84,7
Alquilada	4,50	8,89	62,5
Apartamento	4,46	8,78	57,6
Hotel	4,36	8,57	48,4
Hostal	4,18	8,15	37,0
Albergue	4,12	8,02	25,9

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

En primer lugar, en la tabla están contenidos sólo los tipos de alojamiento para los que, tras aplicar el test de Fisher, podemos afirmar que la distribución de los niveles de satisfacción son significativamente distintas de la del resto de los alojamiento, con las muestras obtenidas y un intervalo de confianza del 95%. Respecto a la puntuación recibida por cada elemento, al aplicar el test de Wilcoxon podemos considerar significativas al 0,05 de significación las diferencias con la media global todos los tipos de alojamiento presentes en la tabla.

Así, la **multipropiedad** parece ser el tipo de alojamiento con el que los encuestados han quedado más satisfechos con **un 84,7% de muy satisfechos y 4,83 puntos**, aunque estos solo representan el 0,6% del total según el tipo de alojamiento elegido. Le siguen los que han elegido **alquilar** y los **apartamentos** en niveles muy parecidos (entorno al 60% y un 4,5).

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

Los hoteles, que como hemos es donde se alojan más del 50 % de los turistas que nos visitan, obtienen una puntuación de 4,36 con un 48,4 % de muy satisfechos, que, junto con el porcentaje de satisfechos suman más de un 90 %, es decir, niveles muy elevados de satisfacción de la mayoría de turistas que se han alojado en nuestro país.

SATISFACCIÓN DEL TURISTA INTERNACIONAL POR MERCADO DE ORIGEN

Grado de satisfacción por mercado de origen y dimensiones

Dimensión Pais	Dimensión								% Muy satisfechos
	Alojamiento	Restauración	Ocio	Entorno	Infraestructuras	Transporte en destino	Sostenibilidad	Grado de satisfacción general	
Reino Unido	4,48	4,56	4,60	4,55	4,60	4,60	4,20	4,72	74,6
Iberoamérica	4,45	4,43	4,73	4,56	4,70	4,68	4,18	4,70	72,8
EE.UU.	4,52	4,59	4,65	4,57	4,60	4,66	4,21	4,67	71,9
Polonia	4,45	4,53	4,63	4,46	4,61	4,58	4,14	4,69	71,2
<i>Francia*</i>	4,42	4,36	4,51	4,35	4,48	4,52	4,00	4,59	61,5
Países Nórdicos	4,29	4,23	4,40	4,25	4,29	4,36	3,78	4,57	60,2
Portugal	4,31	4,32	4,54	4,34	4,45	4,48	4,02	4,58	60,2
<i>Austria*</i>	4,35	4,33	4,49	4,29	4,40	4,50	3,80	4,55	59,7
Países Bajos	4,32	4,31	4,43	4,22	4,33	4,40	3,84	4,56	59,1
Alemania	4,30	4,29	4,38	4,26	4,32	4,39	3,66	4,51	56,7
Bélgica	4,33	4,33	4,39	4,27	4,40	4,44	3,85	4,53	56,1
China	4,40	4,45	4,61	4,25	4,42	4,36	4,18	4,51	54,6
Suiza	4,33	4,30	4,46	4,23	4,30	4,34	3,76	4,52	54,1

*Para Francia y Austria consideramos un nivel de significación de 0,1 en el test de Fisher.

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

Los países contenidos en la tabla anterior son los que han pasado una serie de filtros. En primer lugar, todos ellos cuentan con una muestra mínima de 100 encuestas. A estos se les ha aplicado el **test Fisher** que nos permite saber la significación estadística

23



de la distribución de las puntuaciones de los turistas de un país respecto al resto de turistas. Por tanto, podemos afirmar que las distribuciones de sus puntuaciones de satisfacción son significativamente distintas de la del resto de la población, con las muestras obtenidas. Esto es cierto para un intervalo de confianza del 95%, con excepción de **Francia y Austria** que, aunque por debajo de ese umbral, se encuentran muy cerca y serían significativas con una confianza del 90 %.

Más allá de este test de significación, puede darse el caso de que la media de la puntuación de la satisfacción de cada origen no sea significativamente diferente de la del conjunto de la muestra en algunos casos. Para comprobar esto, hemos recurrido al test no paramétrico de Wilcoxon Mann Whitney, dado que los datos muestrales son variables numéricas discretas no normalmente distribuidas. En base a este test, podemos aceptar como significativas las diferencias de puntuación respecto del conjunto de la muestra de los orígenes contenidos en la tabla.

24

Centrándonos ya en el análisis de los resultados, podemos ver que los **británicos** son los que presentan un mayor porcentaje de **muy satisfechos** (5 en la escala), un 74,6 %, frente al 70,7 % del 2022, dónde los polacos fueron los más satisfechos con un 77,2 % frente al 71,2 % del pasado. Los visitantes del continente americano se sitúan en segunda y tercera posición, al igual que la anterior edición, con un 72,8 % los visitantes de Iberoamérica y un 71,9 % los estadounidenses. Los suizos, belgas, alemanes, neerlandeses y austriacos parecen comparativamente más exigentes, pero siempre con porcentajes de muy satisfechos superiores al 50 % y todos con incrementos sustanciales respecto a la edición de 2022.

Por su parte los visitantes de China también se sitúan en la parte baja de la tabla pero igualmente con un porcentaje elevado de más de un 54 % de muy satisfechos.

Por dimensiones y centrándonos en las puntuaciones, quienes más disfrutaron de la **restauración** fueron, al igual que en la edición anterior pero con mejores resultados, los turistas procedentes de Estados Unidos, seguidos de Polonia y Reino Unido, superando los tres el 4,6 de 5.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

En el **alojamiento** el incremento de EE.UU. le sitúa en primera posición con un 4,52 seguido de Reino Unido y Polonia que intercambian posiciones pero con diferencias muy pequeñas (4,48 frente a un 4,45 de esta última).

Como vimos anteriormente el **ocio** es la dimensión con mejor valoración con un 4,53 global y los turistas que mejor valoración han otorgado a este elemento son los procedentes de Iberoamérica, EE.UU. y Polonia con un 4,73, 4,65 y 4,63 respectivamente. Sin embargo, los siguientes países como China o Reino Unido se quedan muy cerca de dichas puntuaciones, por encima de 4,60.

Por su parte, el **entorno turístico** obtiene la mayor puntuación de EE.UU. con 4,57 puntos, seguidos de Iberoamérica (4,56) y Reino Unido (4,55).

Respecto a las puntuaciones de las infraestructuras, al igual que en el ocio, los visitantes procedentes de Iberoamérica son los que mejor valoración le otorgan con un 4,70 de 5, seguidos de los polacos (4,61) y estadounidenses (4,60). También es la más valorada por estos visitantes la dimensión de los transportes, con un 4,68, pero con diferencias muy pequeñas con los procedentes de EE.UU. (4,66) y Reino Unido (4,60).

Finalmente la sostenibilidad, que como hemos visto es la dimensión con menor puntuación global, obtiene un 4,21 de los estadounidenses, siendo los que mejor percepción tienen de esta categoría en nuestro país, seguido de los británicos e iberoamericanos, que empatan con los chinos con un 4,18.

25

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

SATISFACCIÓN DEL TURISTA INTERNACIONAL POR COMUNIDAD AUTÓNOMA DE DESTINO

Grado de satisfacción por CC. AA. de destino

CC.AA.	Satisfacción global media		% de turistas con valoración global "muy satisfechos"
	1-5	1-10	
Andalucía	4,71	9,35	73,3
Canarias	4,66	9,23	69,1
Comunidad Valenciana	4,65	9,21	68,2
C. F. de Navarra	4,59	9,07	64,1
Cataluña	4,60	9,10	62,4
Baleares	4,53	8,94	57,8
Castilla y León	4,50	8,89	54,1
País Vasco	4,51	8,90	53,9
Extremadura*	4,46	8,78	50,4

*Para Extremadura consideramos un nivel de significación del 0.1 en el test de Fisher.

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

26

Dado que los viajes pueden tener varias etapas con distintos destinos y que la valoración de la satisfacción se hace sobre el conjunto del viaje, se han considerado en cada Comunidad Autónoma todos los viajes que han tenido al menos una etapa en ella. De esta forma, el número de registros considerado para este análisis crece de 19.439, que se corresponde con el nº de encuestados, hasta 22.709.

Siguiendo el mismo método que el aplicado para los países de origen, en este caso solo hemos tenido en cuenta los destinos con una muestra mínima de 50 encuestas a los que se les ha aplicado el test de Fisher y posteriormente el de Wilcoxon. En este caso, todas las comunidades que pasan satisfactoriamente el test de Fisher con un nivel de significación del 5% lo hacen también con el test de Wilcoxon.

Extremadura no supera, por muy poco, el test a nivel de significación de 0,05, pero sí lo hace con un nivel de significación de 0,1.

Respecto a los datos obtenidos, en todas las CC. AA. cuya distribución de puntuaciones es significativa, la satisfacción global experimentada por los turistas en su viaje superó la puntuación de 4,5 puntos, con la excepción de **Extremadura**, que quedó cerca con



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

4,46. Así mismo, la diferencia entre esta última que es la que obtiene menor puntuación y la más puntuada (Andalucía, con 4,71 puntos) es de tan solo 0,25 puntos.

Si nos fijamos sólo en los **muy satisfechos**, apreciamos diferencias algo mayores. Ahí destaca por encima del resto **Andalucía, con un 73,3%** seguida de **Canarias y la Comunidad Valenciana**, muy cerca una de la otra con un **69,1 y 68,2%** respectivamente. En cualquier caso, ninguna comunidad presenta porcentajes por debajo del 50% de muy satisfechos.

Respecto a la última encuesta realizada en 2022, podemos observar un incremento de las puntuaciones de la satisfacción global media en todas las CC.AA. coincidentes en ambos rankings (Andalucía, Cataluña, Baleares y País Vasco), mientras que Baleares se mantiene prácticamente con la misma puntuación.

Satisfacción según el motivo principal de la visita

Grado de satisfacción por motivo de visita

Motivo	Puntuación		% de muy satisfechos
	1-5	1-10	
Visit. familiares/amigos	4,64	9,19	67,4
Cultural	4,64	9,19	66,9
Otro tipo de ocio	4,64	9,19	66,4
Turismo de naturaleza	4,49	8,85	54,2
Negocios	4,47	8,82	51,8

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

En el cuestionario se pregunta a los turistas por el motivo principal de su viaje a España. Al igual que en los apartados "origen" y "destino" también hemos aplicado el test de Fisher para observar si hay diferencias significativas en la distribución de los niveles de satisfacción según el motivo de la visita, para los que teníamos al menos una muestra de 50 respuestas.

De todos los motivos únicamente el cultural, la visita a familiares o amigos, otro tipo de ocio, el turismo de naturaleza y el de negocios presentan diferencias significativas al 95% de confianza.

27



Las diferencias en los porcentajes de satisfechos entre los distintos motivos de viaje vuelven a ser muy pequeñas, aunque sí que hay mayores diferencias entre los que han quedado “muy satisfechos”. Los que más porcentaje de muy satisfechos han producido son los que tienen como motivo visitar familiares y amigos, el cultural y otro tipo de ocio.

Los viajeros cuyo motivo era principalmente la **naturaleza** así como los de **negocios** parecen haber sido algo más exigentes, alejándose del resto de motivos con un **54,2 %** y **51,8 %** respectivamente.

Al igual que los porcentajes de muy satisfechos, también hay diferencias significativas en la distribución de categorías de puntuación entre los viajeros de **negocios y naturaleza y el resto**, los cuales han quedado muy cerca los unos de los otros con aproximadamente **4,64 puntos** cada uno. Los de naturaleza y de negocios obtienen por su parte **4,49 y 4,47** respectivamente.

28

Al aplicar el test de Wilcoxon encontramos que las diferencias respecto a la media de la encuesta son significativas para todos los motivos contenidos en la tabla.

Satisfacción según variables sociodemográficas

Dentro de esta categoría exploramos la satisfacción del visitante según dos variables: el sexto del turista y su nivel de estudios alcanzado. El nivel de estudios de manera aislada puede no parecer relevante, pero es una variable que suele tener una correlación y causalidad positiva con otras variables como el nivel de renta, algo que puede ser importante en el tipo de turista que recibimos y, por ello, relevante la satisfacción que obtienen en nuestro destino.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

Grado de satisfacción por sexo del visitante

Dimensiones	Puntuación				% de muy satisfechos	
	Mujeres		Hombres		Mujeres	Hombres
	1-5	1-10	1-5	1-10	%	%
Transporte**	4,52	8,93	4,53	8,95	63,2	63,7
Ocio	4,55	8,99	4,52	8,92	61,0	58,1
Alojamiento*	4,39	8,64	4,38	8,62	52,1	50,1
Restauración	4,42	8,69	4,41	8,67	50,9	49,0
Entorno	4,40	8,65	4,38	8,61	48,6	46,7
Sostenibilidad*	3,98	7,71	4,01	7,78	30,9	30,7
Grado de satisfacción general	4,64	9,18	4,60	9,10	66,7	63,3

*Las diferencias en las puntuaciones de, alojamiento y transporte no son significativas al 0.05 de significación (Test de Kruskal-Wallis). Las de sostenibilidad lo son al 0.1 de significación.

**Los porcentajes de satisfacción de transportes son significativos con un nivel de significación del 0.1.

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

29

Siguiendo la metodología de apartados anteriores, en primer lugar, realizamos el test de Fisher para observar si hay diferencias significativas en la distribución de los niveles de satisfacción según el sexo del visitante. Para todas las dimensiones, excepto las infraestructuras, los resultados son que existen diferencias significativas con un nivel de significación del 5 % (un 10 % en el caso de los transportes).

Al igual que el año pasado, en general las **mujeres** parecen haber quedado más satisfechas de su viaje a España, pues un **66,7 % afirman estar “muy satisfechas”** frente al **63,3 %** de los **hombres**. No obstante, ambos sexos obtienen una satisfacción muy elevada.

La **mayor diferencia** en el porcentaje de muy satisfechos se observa en la dimensión “ocio”, donde las mujeres han quedado muy satisfechas en un 61 % frente al 58,1 % de los hombres. También hay ciertas diferencias en los porcentajes de alojamiento, entorno y restauración, mientras que el resto están muy igualados, aunque siempre con diferencias relativamente pequeñas.



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

Cabe destacar también que, pese a que en general las mujeres puntúan de manera más elevada las diferentes dimensiones, la **sostenibilidad y el transporte son una excepción**, aunque el porcentaje de “muy satisfechas” sea más elevado. Igualmente, la diferencia absoluta en la puntuación es mínima (3,98 puntos las mujeres frente a 4,03 de los hombres en sostenibilidad y 4,52 y 4,53 en transportes).

En general las diferencias en las puntuaciones otorgadas a las diferentes dimensiones por ambos sexos son muy bajas en la escala 1-5, con una diferencia máxima de 0,03 puntos.

Finalmente, la **puntuación de la satisfacción general es de 4,64** en el caso de las mujeres y 4,60 en el de los hombres.

30

Al aplicar el test de Wilcoxon encontramos que las diferencias respecto a la media de la encuesta no son significativas por sexo para los transportes.

Grado de satisfacción por nivel de estudios del visitante

Nivel de estudios	Puntuación		% de muy satisfechos
	1-5	1-10	
Superiores	4,62	9,15	65,1
Secundarios	4,61	9,11	65,0
Primarios	4,52	8,93	60,0

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

Esta cuestión es una novedad de la encuesta de este año, que incluye una pregunta sobre el nivel de estudios finalizados por el encuestado, que permite la respuesta en 3 niveles:

- Estudios superiores
- Estudios secundarios
- Primarios o sin estudios



De entre los que nos visitaron, un 80,6 % de ellos tenían estudios superiores, un 17,5 % secundarios y menos de un 2 % primarios o sin estudios.

Respecto al nivel de satisfechos, sus diferencias de acuerdo con el test de Fisher son significativas para los tres niveles. En la tabla vemos que las diferencias son muy pequeñas entre los que han terminado estudios superiores y secundarios. Si se aprecia mayor diferencia el caso de aquéllos viajeros con estudios primarios o sin estudios, que presentan un menor porcentaje de **muy satisfechos** y, sobre todo, aunque no esté reflejado, un mayor porcentaje de neutrales o indecisos.

Por la parte de las puntuaciones, mediante el test de Kruskal-Wallis comprobamos que la diferencia de rango de cada grupo no es significativamente distinta de los demás.

31

OTROS ASPECTOS RECOGIDOS EN LA ENCUESTA

Consideración de destinos alternativos

Una de las preguntas de la encuesta consiste en saber qué **destinos alternativos** ha considerado el turista a la hora de planear el viaje que finalmente realizó a España.

Para esta cuestión tenemos un total de 4.513 respuestas. El resto o bien no ha respondido a esta cuestión o no tenía en mente una alternativa a la hora de planear su viaje. El 74,89 % no pensó en una alternativa a su visita a España. En la siguiente tabla se recogen los diez destinos que los encuestados más respondieron y el porcentaje respecto al total de respuestas.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

Principales destinos alternativos considerados por los visitantes de España (total)

Posición	País	Porcentaje de respuestas
1	Italia	21,2
2	Grecia	16,7
3	Portugal	16,3
4	Francia	10,5
5	Turquía	3,7
6	Reino Unido	2,4
7	Alemania	2,3
8	EE.UU.	2,2
9	Marruecos	2,2
10	Croacia	2,0

32

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

Se puede observar que 6 de los 10 primeros destinos alternativos a nuestro país, que suman el 56,2 % de las respuestas, son países mediterráneos.

Al igual que el año pasado, los primeros tres destinos alternativos a nuestro país por nuestros visitantes son Italia (21,2 %), Grecia (16,7 %) y Portugal (16,3 %). Mientras que Italia mantiene prácticamente el mismo porcentaje que el año pasado, Grecia disminuye (fue una opción para el 19,4 % la pasada encuesta) y Portugal lo incrementa (12,8 % en la encuesta de 2022). Todos estos países comparten grandes rasgos culturales e incluso climáticos con España.

Destaca también este año la incorporación en la novena posición de Marruecos con un 2,2 % de los encuestados considerándolo como una alternativa a nuestro país.

Es importante conocer cuáles son los principales competidores de nuestro país para, entre otras cosas, poder diferenciarnos o potenciar las cualidades similares entre nosotros y los competidores. También para diseñar las campañas de promoción de manera más eficaz para atraer el máximo posible de visitantes sabiendo mejor que es



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

lo que buscan a la hora de planificar su viaje. Por todo ello, es de gran relevancia mantener una actualización periódica de estas variables.

Aunque estos son los datos de la encuesta en su totalidad, también hemos analizado los resultados clasificados por país de origen, pudiendo ver los 3 primeros destinos alternativos de cada uno de ellos, resumido en la siguiente tabla:

Principales destinos alternativos considerados por los visitantes de España (por origen)

País origen	Alternativas		
	1ª	2ª	3ª
EE. UU.	Portugal (22,6 %)	Italia (16,7 %)	Francia (12,9 %)
Alemania	Grecia (24,6 %)	Italia (21,3 %)	Portugal (11,8 %)
Irlanda	Portugal (36,3 %)	Italia (27,2 %)	Grecia (9,1 %)
Polonia	Italia (35,6 %)	Grecia (18,7 %)	Portugal (16,2 %)
Portugal	Italia (30,5 %)	Francia (14,3 %)	Cabo Verde (8,7 %)
Reino Unido	Grecia (25,7 %)	Portugal (18,8 %)	Italia (11,4 %)
Austria	Italia (23,1 %)	Portugal (18,5 %)	Grecia (17,8 %)
Francia	Italia (25,6 %)	Portugal (17,5 %)	Grecia (15,2 %)
Suiza	Italia (28,5 %)	Grecia (15,3 %)	Portugal (12,8 %)
Italia	Grecia (23,3 %)	Portugal (15,2 %)	Francia (13,4 %)
Países Bajos	Italia (27,5 %)	Grecia (24 %)	Portugal (12,1 %)
Bélgica	Italia (23,4 %)	Portugal (19,7 %)	Grecia (14 %)
Países Nórdicos	Grecia (26,7 %)	Italia (21,8 %)	Portugal (11,6 %)
Suecia	Grecia (28,1 %)	Italia (19,1 %)	Portugal (10,7 %)
Dinamarca	Italia (30,4 %)	Grecia (19 %)	Portugal (10,5 %)
Noruega	Grecia (34,1 %)	Italia (13,4 %)	Croacia (11,3 %)
Iberoamérica	Italia (24,8 %)	Francia (19,3 %)	Portugal (12,1 %)
México	Italia (29,5 %)	Francia (24,4 %)	Portugal (8,2 %)
Colombia	Francia (21,3 %)	Portugal (18 %)	Reino Unido (12,2 %)
China	Francia (20,6 %)	Italia (18,2 %)	Alemania (11,6 %)

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

Los países incluidos en la tabla cuentan con al menos 50 respuestas válidas de entrevistados de dichos países que han proporcionado países alternativos a España a la hora de planificar su viaje. Algunos de los países incluidos en Iberoamérica y en los Países Nórdicos se muestran separados al cumplir con dicho requisito de muestras mínimas.

Según se observa, a la hora de responder sobre posibles alternativas suelen haber **dos grandes destinos**, con una tercera alternativa a mayor distancia.

Los nombres que más se repiten, al igual que en el ranking total, son **Italia, Grecia y Portugal**. Para los países más alejados como son EE.UU. y los integrantes de Iberoamérica, Grecia no se sitúa entre sus tres alternativas mayoritarias, siendo sustituida por Francia. En lo que respecta a otro gran mercado emergente como China, sus alternativas siguen la predilección de países cercanos al nuestro, como Francia o Italia en primera y segunda posición, pero con Alemania en tercer lugar.

34

En general las alternativas consideradas a España no difieren en gran medida de las observadas en las anteriores encuestas.

Motivos de elección de destino

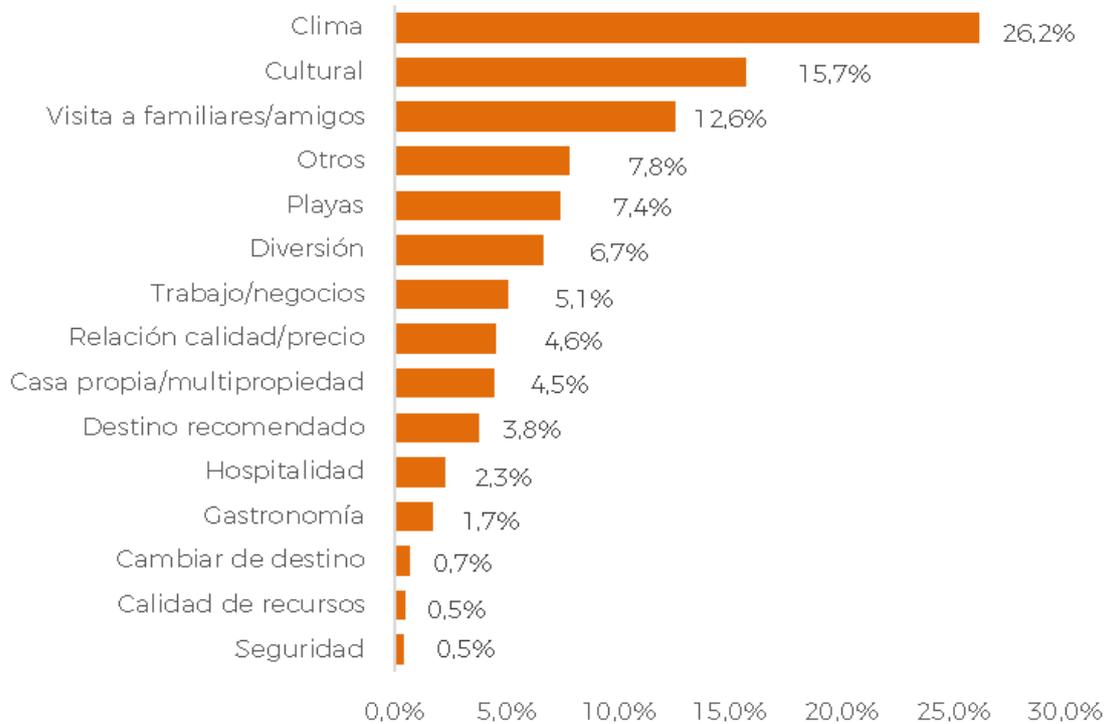
Muchas son las razones que hacen de España un destino turístico único. Es importante conocer cuáles son los principales motivos por los que han elegido nuestro país. Algunos de ellas son intrínsecos a nuestra geografía o clima, mientras que otros dependen directamente tanto de la administración pública como del sector privado o la sociedad en su conjunto.

Mientras anteriormente hemos desglosado la satisfacción según los motivos que han llevado a un turista a visitar nuestro país, en la presente cuestión se pregunta sobre el principal motivo por el que el turista eligió a España en lugar de otro país..

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

Principales razones de elección de España como destino de viaje (en porcentaje)



35

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

El clima ocupó, como en las anteriores ediciones, la primera posición entre los motivos por los que los turistas eligieron nuestro país frente a otros destinos, con un 26,2 % de los encuestados eligiendo dicho motivo. Siendo este el principal incentivo, ha disminuido en importancia respecto de HABITUR 2016, que también contenía esta pregunta. En aquél momento, el porcentaje ascendía al 32%

Al clima le siguen los motivos culturales, con un 15,7 % y el visitar a familiares y amigos con un 12,6 %.

Destaca la bajada de las playas como motivo de elección, cuando en la pasada edición ocupaba la tercera posición con un 10,6 % del total de respuestas frente al 7,4 % de la presente.

Dentro de "otros", que obtiene un 7,8 % de respuestas, encontramos motivos tan variados como estar de tránsito, tener orígenes en nuestro país, realizar trámites etc.



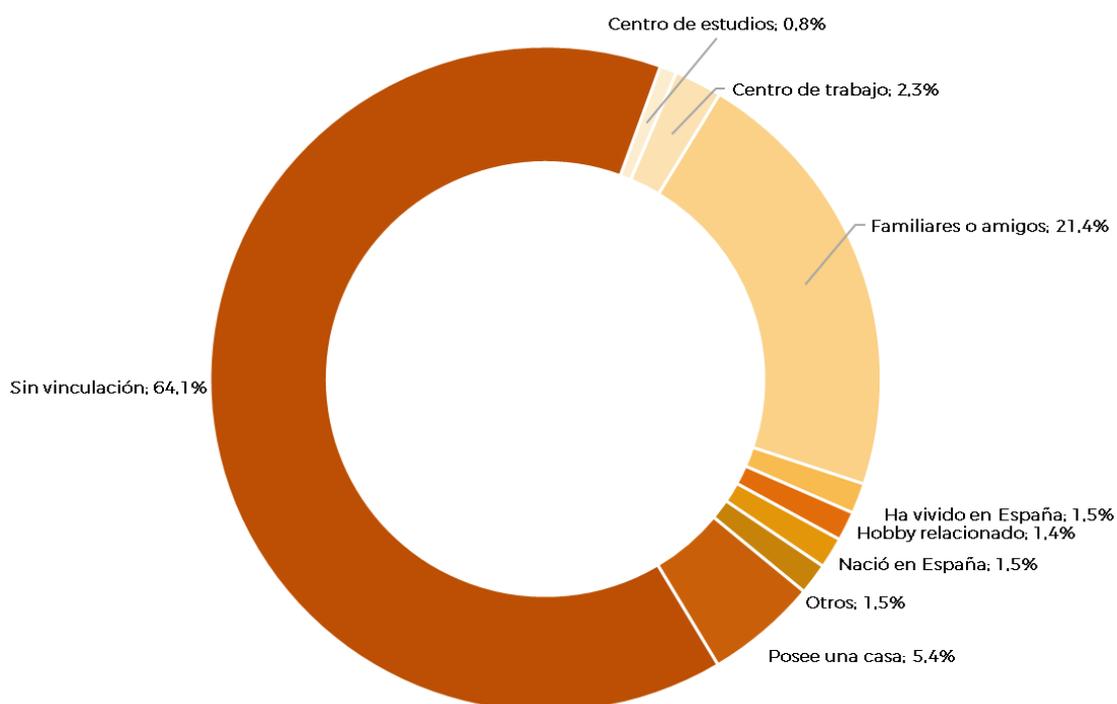
Relación previa con España

Si se analiza la vinculación de los turistas internacionales con España los datos indican que la mayoría de los que nos visitaron, un 64,1 % concretamente (66,2 % en 2022), no guardaba ningún tipo de vinculación con nuestro país.

Centrándonos en los que sí que presentaban algún tipo de vínculo, la gran mayoría, un 21,4 %, e incrementándose en más de dos puntos frente a la pasada edición, correspondía a tener familiares o amigos en España, seguido muy de lejos por los que poseen una casa en el territorio con un 5,4 % (3,46 % en 2022).

Porcentaje por tipo de vinculación con España

36



Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.

Intención de volver

Es importante conocer cuál es la probabilidad de mantener la fidelidad de los turistas y saber, por tanto, qué porcentaje piensa volver a visitar nuestro país en el futuro próximo.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

Por ello, una última cuestión que analizaremos es la pregunta de si el turista piensa repetir España como destino en los próximos 12 meses, cuyos datos por países se muestran a continuación.

En general, el **65,9 %** de los encuestados respondió que sí pensaba volver los próximos doce meses (frente al 57,69 % del pasado año). El **15,27 %** en cambio respondió que **no pensaba volver**, (25,61 % el pasado año) con un **18,8% de no sabe / no contesta** (16,69 % en 2022).

Estamos ante porcentajes **muy elevados** que muestran una elevada fidelización potencial del turista que visita nuestro país y una mejora general respecto al año previo.

Porcentaje de visitantes que afirma que elegirá España como destino en los próximos doce meses

37

País origen	% de turistas que piensa repetir en los próximos 12 meses
Reino Unido	77,2
Irlanda	76,0
Bélgica	72,9
Portugal	71,1
Italia	67,8
Suiza	66,4
Países Nórdicos	65,7
Países Bajos	65,5
Rumanía	63,2
Francia	62,5
Alemania	62,5
Polonia	60,8
Iberoamérica	58,7
Austria	58,0
República Checa	57,9
China	50,9
EE.UU.	47,1
Japón	42,9

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción turistas internacionales 2023.



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

2023

Si analizamos por países, los **británicos** son los que más positivamente responden sobre si volverán en los próximos doce meses, pues más del **77 % afirma que volverá**, seguido de cerca por los irlandeses (76 %).

La anterior edición estuvo encabezada por los portugueses cuando más del 80 % afirmó que volvería, frente al 71,1 % de este año. Esto podría estar relacionado con la superación de la pandemia del COVID19, siendo anteriormente España un destino cercano y seguro frente a la posible búsqueda de destinos más alejados que antes puede que fueran vistos con más riesgo.

Por la **parte baja** se sitúan, en última posición destinos lejanos como **Japón**, con un 42,9%, EE.UU. (47,1 %), y **China** (50,9%).

El Instituto de Turismo de España (Turespaña), en virtud de lo establecido en el Real Decreto 425/2013, de 14 de junio, es el órgano responsable de la investigación de los factores que inciden sobre el turismo, así como la elaboración, recopilación y valoración de estadísticas, información y datos relativos al turismo, y la creación y difusión del conocimiento y la inteligencia turística, y la coordinación de la información sobre el sector turístico generada por las distintas unidades administrativas dependientes de la Secretaría de Estado de Turismo y del organismo autónomo Instituto de Turismo de España.

El trabajo de investigación que lleva a cabo en la S.G. de Conocimiento y Estudios Turísticos (antes Instituto de Estudios Turísticos) se centra en los aspectos económicos y sociodemográficos del turismo, para lo cual dispone de la información generada por las tres principales operaciones estadísticas que elabora el Instituto Nacional de Estadística desde 2015: Movimientos turísticos en fronteras (Frontur), Encuesta de gasto turístico (Egatur) y Encuesta de turismo de residentes (ETR/ Familitur).

La S.G. de Conocimiento y Estudios Turísticos explota información estadística procedente de fuentes externas, como son la evolución de llegadas de pasajeros internacionales en compañías de bajo coste y el empleo en el sector turístico, información que difunde de manera periódica. Asimismo, difunde otra información estadística de interés procedente de otros organismos.

Estos contenidos, así como la documentación turística existente en el Centro de Documentación Turística de España (CDTE), se encuentran disponibles en la página web: Portal de conocimiento e inteligencia turística de España | tourspain.es



MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO

TURESPAÑA 